

Virtuelle Erzählungen des Veganseins. Selbstentwürfe auf Instagram

Inauguraldissertation
zur Erlangung des Akademischen Grades
eines Dr. phil.,
vorgelegt dem Fachbereich 05 – Philosophie und Philologie
der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
von
Annabelle Schüle
geboren in Frankfurt am Main

Referent: Prof. Dr. Mirko Uhlig

Korreferent: Prof. Dr. Michael Simon

Tag des Prüfungskolloquiums: 29. November 2023

Inhaltsverzeichnis

1	Hinführung: #plantpower	1
1.1	Esskulturelle Konfliktzonen	3
1.2	Besseresser*innen	5
1.3	Erkenntnisinteresse: Entfaltung esskultureller Binnenperspektiven	7
1.4	Zugangsweisen: Instagram als unerschöpflicher Datenträger	8
1.5	Deutungsangebote	11
1.6	Erkenntnisgrenzen	12
2	Veganismus	14
2.1	Wortbedeutung	14
2.2	Beweggründe	15
2.2.1	Moralische Begründung	15
2.2.2	Ökologische Begründung	16
2.2.3	Ökonomische Begründung	16
2.2.4	Religiöse Begründung	17
2.2.5	Gesundheitliche Begründung	17
2.2.6	Soziale Positionierung	19
2.2.7	Sinnhaftigkeit	20
2.3	Historische Hintergründe	21
2.3.1	Pythagoreer und Pflanzenköstler*innen	21
2.3.2	(Kein) Mitleid mit Mitgeschöpfen	22
2.3.3	Eine fleischverweigernde Subkultur	22
2.3.4	Abspalten und Auflösen	26
2.3.5	Veganismus als ‚logische‘ Konsequenz	28
2.3.6	Geachtet und verachtet?	29
2.3.7	Geschmackskonservatismus	33
3	Selbsterzählungen auf Instagram	35
3.1	Vorstellungen vom Selbst	35
3.2	Selbsterzählungen	37
3.3	Kontext gegenwärtiger Selbsterzählungen	40
3.4	Selbsterzählungen im virtuellen Raum	43
3.5	Die Erzählumgebung Instagram	45
3.5.1	Technische Perspektive	46
3.5.2	Praxistheoretische Perspektive	48

4	Forschungsdesign	55
4.1	Erhebung.....	55
4.1.1	Instagram-Profile von Veganer*innen.....	55
4.1.2	Virtuelle Medienethnografie via Instagram	55
4.1.3	Emische Perspektiven	58
4.1.4	Sinn und Zweck der Erhebung	60
4.2	Auswertung	61
4.2.1	Die verwendeten Werkzeuge.....	62
4.2.2	Die Analyseebenen	63
4.2.3	Die Analyseschritte.....	64
4.3	Autoethnografische Reflexionen und Quellenkritik	68
4.3.1	Die Wirkung des Feldes.....	69
4.3.2	Die Willkür der Auswahl?	71
4.3.3	Die Interviews	72
4.3.4	Virtuelles Eintauchen.....	74
4.3.5	Auswertungsgrenzen.....	75
4.3.6	Visuelle Darstellungsgrenzen.....	76
4.3.7	Einfluss der Leser*innen.....	76
5	Fallbeispiele: Veganer*innen auf Instagram	78
5.1	Robert, der Inspirator.....	78
5.1.1	Vegane Ente	79
5.1.2	Instagram als Aufklärungsmedium.....	81
5.1.3	Handlungsaufforderungen.....	83
5.1.4	Überzeugungsnarrative und Aktivierungsstrategien.....	85
5.1.5	Veganismus als politisches Statement	89
5.1.6	Instagramprofil als Ratgeber	91
5.1.7	Vegane Held*innen.....	94
5.1.8	Gleichgesinnte finden	96
5.1.9	Das „Sprungbrett“ Instagram	97
5.1.10	Inspirieren statt Missionieren	99
5.2	Theresa, die Kämpferin	102
5.2.1	Instagram als interaktives Tagebuch.....	104
5.2.2	Auf zwei Tassen Tee.....	108
5.2.3	„wegen der Tiere“.....	109
5.2.4	Verarbeitung alltäglicher Konflikte	112
5.2.5	Konflikte auf Instagram	117
5.2.6	Kämpfen als Schwächere und für die Schwächeren.....	117

5.2.7	Instagram als Hinterbühne und Korrektiv.....	121
5.2.8	(Fehlende) Anerkennung.....	122
5.2.9	Wut und Unverständnis.....	124
5.2.10	Veganismus als moralischer Kompass.....	126
5.2.11	Vegan Allies.....	127
5.2.12	Freiheiten des Verzichts.....	128
5.2.13	Vegan for future.....	129
5.2.14	Vegan sein reicht nicht.....	130
5.2.15	Jeder Einkaufszettel zählt: Selbstverantwortung und Agency	133
5.3	Lea, die Verantwortungsbewusste.....	136
5.3.1	Zwischen Katzen und Pferden.....	137
5.3.2	Verzicht auf „Leichenteile“.....	138
5.3.3	Gesundheitliche Selbstoptimierung?	139
5.3.4	Gesundheitsoptimierung als Beruf	141
5.3.5	Motivation Instagram.....	143
5.3.6	Gesundheitsverantwortung.....	144
5.3.7	Die Balance halten	146
5.3.8	Werkzeuge der Überzeugung	149
5.3.9	Umgang mit Nicht-Veganer*innen.....	151
5.4	Hanna, die Gesundheitsqueen	152
5.4.1	Bei Kaffee und Kuchen.....	153
5.4.2	Vom Leidensdruck zur Schmerzfreiheit	154
5.4.3	Auf die Welle aufspringen	155
5.4.4	Eine neue Leidenschaft	156
5.4.5	Interessenverschiebung	159
5.4.6	An der Welle scheitern.....	162
5.4.7	Bekenntnisse auf Instagram	163
5.5	Sophie, die Genießerin	165
5.5.1	Auf ein Glas Wasser	166
5.5.2	#healthyfood nach Klinikaufenthalt	167
5.5.3	Vom #healthybaking zum #veganfood	168
5.5.4	Vegane „Wundermittel“	170
5.5.5	„Und wie steht es um tierethische Beweggründe?“	172
5.5.6	Auf der Schwelle zum #higherself	174
5.5.7	Motivation Instagram.....	175
5.5.8	Veganer Foodporn als Wellness-Praktik.....	177
5.6	Vincent, der Besseresser	180
5.6.1	Kennenlernen bei einem „Vegan Meetup“	181
5.6.2	Vom Zuckerverzicht zum Verzicht auf Tierprodukte.....	182

5.6.3	Leidenschaft zum Beruf machen	185
5.6.4	Vertrauensvorschuss durch vermeintliche Authentizität	187
5.6.5	Vegansein als Normalität	188
5.6.6	Erweckung, Enthüllung, Entschleierung?	190
5.7	Rebecca, die Gemeinschaftsliebende	196
5.7.1	Zwischen Tür und Angel.....	197
5.7.2	Nach der „Existenzkrise“	198
5.7.3	Veganismus als „logischste Entscheidung“	201
5.7.4	„Soulmates“ finden.....	202
5.7.5	Seelenverwandte zeigen	204
5.7.6	Vegane communitas.....	205
5.7.7	Wir-Formulierungen und Wir-Gefühle.....	209
5.7.8	Virtuelle Esserlebnisse	211
5.7.9	Vegansein bloß um der Gemeinschaft willen?.....	211
5.7.10	Kulinarische Abgrenzungen.....	213
6	Abschließende Synthese: Zusammenführung der Fallbeispiele	217
6.1	Ziel der Zusammenführung	218
6.2	Beweggründe für die Erstellung eines Instagram-Profiles.....	218
6.2.1	Weltverbesserung via Instagram	218
6.2.2	Verlagerung in den virtuellen Raum.....	219
6.2.3	Inspirieren statt missionieren.....	220
6.2.4	Dokumentieren, Beweisen, Korrigieren.....	221
6.2.5	Stütze des veganen Selbst	222
6.2.6	Instagram als technologische Vermittlungsinstanz	223
6.2.7	Gemeinschaftsgefühle und -praktiken	223
6.2.8	Selbstvermarktung und Sichtbarkeitswettbewerbe.....	224
6.3	Beweggründe für eine vegane Lebensweise	225
6.3.1	Selbstverantwortung und ‚Wellnessmanagement‘	226
6.3.2	Risikoreduzierung	226
6.3.3	Weltverantwortung	227
6.3.4	Von der Selbst- zur Weltverantwortung	228
6.3.5	Boycott als wirksamer Antagonismus	228
6.3.6	Abgrenzung und Zugehörigkeit.....	229
6.4	Motive zur Beibehaltung der veganen Lebensweise	230
6.4.1	Hilfreiche Alltagsschablone	230
6.4.2	Lustvolle Einschränkung und Wohlfühlerfahrungen.....	231
6.5	Selbstverständnis.....	231

6.5.1	„Sinnfluencer*innen“?	231
6.5.2	Überlegenheitsgefühle und „Besseresser*innen“?	232
6.6	Weltverständnis	233
6.6.1	Vegansein als Alltag	233
6.6.2	Umgang mit Nicht-Veganer*innen	233
7	Schluss	235
7.1	Abschließende Gedanken I: Ein resonantes Leben?	235
7.2	Abschließende Gedanken II: Eine Technologie der Transformation?	237
8	Literatur- und Quellenverzeichnis	240
9	Abbildungsverzeichnis	259
	Zusammenfassung Summary	260
	Danksagung	261

1 Hinführung: #plantpower

Der Veganismus scheint in Deutschland angekommen zu sein. Obwohl laut dem *Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft* hierzulande nur zwei Prozent der Menschen konsequent vegan leben (vgl. BMEL 2021), ist der Verzicht auf tierische Produkte und Lebensmittel ein nahezu omnipräsentes Thema und der Lebensmittelmarkt für pflanzliche Alternativen boomt (vgl. ProVeg 2022). In den Supermarktregalen wächst das Sortiment an Alternativen zu tierischen Produkten stetig. Auch auf vielen Speisekarten von Restaurants in Mittel- und Großstädten findet sich inzwischen mindestens ein veganes Gericht. Ähnliches zeigt sich in Drogerien oder im Textilmarkt – das Label ‚vegan‘ hat sich für viele Hersteller über den positiven gesellschaftlichen Nutzen hinaus als vielversprechende Marketingstrategie etabliert (vgl. ebd.). Auch in den Sozialen Medien ist das Thema präsent, besonders auffällig in visueller Form. Unter dem Instagram-Hashtag „veganfoodporn“ etwa finden sich abertausende von Fotografien: Teller mit säuberlich geschnittenem und kunstvoll arrangiertem Gemüse, garniert mit knusprig gebratenem Tofu und Nüssen. Weitere Hashtags warten darunter: „#vegansofinstagram“, „#veganfoodie“, „#plantpower“ oder „#iamveganbabe“.

Doch wenn in Deutschland nur zwei Prozent Veganer*innen leben, wieso erfreuen sich vegane Produkte solch einer Beliebtheit und wieso scheint das Thema omnipräsent? Wie lässt sich diese Diskrepanz erklären? Eine Antwort findet sich im Ernährungsreport des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft für das Jahr 2022. Laut dieser Umfrage ernähren sich 44 Prozent der Befragten flexitarisch (vgl. BMEL 2022, 10), verzichten also hin und wieder bewusst auf den Verzehr tierischer Produkte. Florentine Fritzen formuliert das in ihrem Werk *Gemüseheilige* so:

„Die vegane Lebensweise ist seit ein paar Jahren aber auch Mode, und so sind viele Deutsche ein bisschen vegan. Auch Fleischesser lassen sich die vegane Falafel auf dem Street Food Markt schmecken und kochen zu Hause vegane Rezepte aus Zeitschriften nach. [...] Wenn sie auf der Badeschaum-Flasche neben dem Label ‚ohne Tierversuche‘ das ‚Vegan‘-Label entdecken, freuen sie sich, weil es Reinheit suggeriert – reine Inhaltsstoffe, reines Gewissen.“ (Fritzen 2016, 13).

Eine weitere Erklärung liegt also in den mit der veganen Lebensweise verbundenen Versprechungen. Glaubt man den Versprechungen des Veganismus, dann scheint eine vegane Lebensweise weniger eine Frage des persönlichen Geschmacks als vielmehr eine bewusste Entscheidung für

ein gesünderes, glücklicheres und moralisch erhabeneres Leben zu sein. Veganer*innen¹ verzichten hierfür auf Tierfleisch, Eier, Milch, Honig sowie generell auf sämtliche Produkte, für deren Herstellung Tiere genutzt worden sind, von der Butterbrezel bis zum Curry mit Fischsoße. Stattdessen schmieren sie sich Frischkäse auf Mandelbasis auf ihr Laugengebäck, bestellen ihr Thai-Gericht ohne Fischsoße, backen nicht mit Ei, sondern mit Apfelmus, und ordern ihren Kaffee mit Hafermilch. Und auch bei der Kleiderwahl und ihren Herstellungsbedingungen und Materialien, beim Einkauf in der Drogerie oder bei der Auswahl von Reinigungsmitteln achten Veganer*innen darauf, dass möglichst kein Tierleid ‚enthalten‘ ist.

Doch wenn gegenwärtig jede*r ein bisschen vegan sei, wie Fritzen schreibt, weshalb provoziert dann der konsequente Verzicht auf tierische Produkte immer noch hitzige Diskussionen um ‚ein Recht auf Fleisch‘ – ob beim gemeinsamen Grillabend mit der Familie, in der Mittagspause im Büro oder in den Kommentarspalten auf Instagram? Ein Instagram-Beitrag der Süddeutschen Zeitung (SZ) veranschaulicht diesen gesellschaftlichen Konflikt: Das Bild zeigt eine junge Frau, die gerade den Kopf einer karamellfarbenen Kuh mit gelbem Ohrmarker dicht an sich heranzieht und ihr einen Kuss auf den Nasenrücken gibt – die Fotografie wirkt wie ein Sinnbild für Tierliebhaber*innen. Darüber steht als Titel: „Wer Tiere liebt, sollte sie essen.“ Hierfür zitiert die SZ aus einem ihrer eigenen Print-Zeitungsartikel (vgl. Berndt 2022). Im Bildtext ergänzt das Social-Media-Team die Quintessenz des Artikels: „Wenn niemand mehr Fleisch aße, wäre das auch nicht gut. Denn wer Leid verhindert, indem er Leben verhindert, verhindert auch Glück.“ Mit über 5.000 Likes und fast 2.000 Kommentaren gehört der Beitrag zu jenen Artikeln auf dem Profil der Zeitung, auf die es vergleichsweise viele Reaktionen gibt. Die zahlreichen emotionalen Kommentare darunter veranschaulichen die Brisanz des Themas. Im Titel schwingt das gesellschaftliche Ringen um den Status der moralisch erhabeneren Lebensweise mit. Nicht nur Veganer*innen seien tierlieb, schreibt die Autorin – sondern auch und gerade Fleischesser*innen. Ihr Kernargument: Durch die Nachfrage nach Fleisch werde überhaupt erst ein Leben vor der Schlachtung ermöglicht. *Jedes* Leben sei besser als *gar kein* Leben

1 Durch die Verwendung des Asterisks sollen möglichst alle Geschlechtsidentitäten, also auch jene abseits der hegemonialen Einteilung in zwei Geschlechter, inkludiert und sichtbar gemacht werden. Zugleich soll die gendersensible Schriftsprache die Leser*innen darauf aufmerksam machen, dass die bipolaren Geschlechterkategorien ‚Mann/männlich‘ und ‚Frau/weiblich‘ gesellschaftlich konstruiert und Vorstellungen von ‚Weiblichkeit‘ und ‚Männlichkeit‘ nicht naturgegeben sind. Die ‚vielen Strahlen‘ des ‚Gendersternchens‘ verweisen auf die vielfältigen Formen der geschlechtlichen Vielfalt jenseits des binären Geschlechtermodells und beanspruchen in dieser Arbeit, alle Geschlechter zu adressieren. Um den Text gleichzeitig nicht mit der Verwendung des Asterisks zu überfrachten und die Lesbarkeit zu erschweren, werden ergänzend zum ‚Gendersternchen‘ geschlechtsneutrale Formulierungen verwendet, da hier kein spezifisches Geschlecht benannt und damit alle Menschen angesprochen werden.

– auch mit „unschönen Seiten“² (ebd.). Mit diesem argumentativen Kniff weist die Autorin den Status der ‚Besseresser*innen‘ gezielt Fleischesser*innen zu.

Unter dem Instagram-Post melden sich vor allem zwei Lager zu Wort. Auf der einen Seite des Spektrums finden sich jene Kommentare, die der Sicht der Autorin widersprechen:

„Glaube Nichtexistenz würde mir weniger Leid verursachen als das Lesen dieses Blödsinns.“

„Ich habe mich selten so sehr über einen eurer Artikel geärgert.“

„Das macht mich wütend. Und traurig. Und wütend. Das ist so falsch...“

„Wer Tiere liebt, kümmert sich um ihr Wohlbefinden und lässt sie eines natürlichen Todes sterben. Wenn Sie Fleisch essen möchten, tun Sie das, aber rechtfertigen Sie das nicht mit so einer infantilen Logik.“ „#govegan 🌱“

Am anderen Ende des Meinungsspektrums wird ebenso subjektiv kommentiert:

„Verstehe die ganze Kritik an dem Text nicht. Finde ihn sehr lesenswert und er gibt argumentativ schlüssig Antwort auf eine ethische Fragestellung. [...] Von meiner Seite gibt's großes Lob @SZ!“

„👍 Stimme der Autorin zu.“

„Sehr guter Artikel. Genau meine Meinung ❤️.“

Wie lässt sich dieser Dissens erklären, wenn doch viele Deutsche – wie Fritzen schreibt – ein bisschen vegan sind? Warum bleibt der Verzehr von Tierprodukten eine gesellschaftliche Konfliktzone?

1.1 Esskulturelle Konfliktzonen

Um diese Frage zu beantworten, erlaube ich mir einen kurzen Exkurs in die Erkenntnisse kulturwissenschaftlicher Nahrungsforschung. In dem gerne zitierten Sprichwort „du bist, was du isst“ findet sich bereits eine – gleichwohl verkürzte – Antwort. Der im kollektiven Gedächtnis virulente Aphorismus³ verweist auf den in unserer Gesellschaft „unmittelbaren Zusammenhang

2 Man könnte stattdessen auch von ‚qualvollen Seiten‘ sprechen.

3 Der deutsche Philosoph Ludwig Feuerbach soll den Satz 1850 formuliert haben: „Der Mensch ist, was er isst.“ Im kollektiven Gedächtnis scheint der Aphorismus „Du bist, was du isst“ überdauert zu haben (vgl.

von Ernährungsgewohnheiten, körperlicher Verfassung und Persönlichkeit“ (Schröer 2020). Als „instinktlose Omnivoren“ (Heindl & Methfessel et al. 2011, 189) könnten Menschen potenziell alles essen, was nicht giftig für sie ist – doch das tun sie nicht. Die Wahl der täglichen Speisen ist bedingt durch die Einbindung in eine bestimmte Esskultur. Geschmack ist also immer auch kulturell geprägt. Die Esskultur setzt den Rahmen dafür, „was dann jeweils als ‚normal‘ und als das ‚Eigene‘ empfunden und im Alltag umgesetzt wird“ (ebd., 189).

„Dies lässt sich gut am Beispiel eines Nahrungstabus verdeutlichen: Dass in Mitteleuropa gewohnheitsmäßig keine Hunde verzehrt werden und sich viele Menschen allein bei dieser Vorstellung ekeln, ist selbstverständlich kulturell bedingt – wie auch sonst. Zugleich stellt die Einigkeit über diese Norm und damit auch das geteilte und kommunizierte Ekelgefühl über die Vorstellung, Hunde zu verspeisen, Sozialität und Gruppenzusammenhalt her. Aus diesen Reglements auszubrechen ist zwar nicht unmöglich, aber doch zumindest sozial riskant, denn das einzelne Gruppenmitglied möchte sich für gewöhnlich nicht desintegrieren. Und es möchte auch nicht als ekelhaft erscheinen oder andere anekeln.“ (Heimerdinger 2015a, 13)

Auch wenn beispielsweise der Verzehr von Hunden in Mitteleuropa nach wie vor verpönt ist, bieten sich gegenwärtig zahlreiche unterschiedliche Ernährungsweisen an, von ‚frutarisch‘ bis ‚paleo‘. Der in der Gegenwart vorgegebene esskulturelle Rahmen ist permeabel und offeriert vielerlei Ernährungsweisen. Durch diese schiere Vielzahl an Optionen hat Essen heute „die Dimension bewusster Entscheidungshandlungen gewonnen“ (Wilk 2011, 253). Bei den Essen- den liegt dementsprechend die Last, die richtigen Ess-Entscheidungen zu treffen, und hierbei geht es längst nicht (mehr) nur um die Erfüllung physiologischer Notwendigkeiten.

Das „individuelle[] Spiel‘ mit den Möglichkeiten“ erhebt die tägliche Ernährung zu einem besonders „mächtige[n] Zeicheninventar“ (Heimerdinger 2015b, 213). Durch die Wahlmöglichkeiten werden Esssituationen zu Akten der Selbstpräsentation. Essen ist gegenwärtig immer ein „Ausdruck der Persönlichkeit“ (Köstlin 2006, 15) und zugleich ein Mittel der „Selbstvergewisserung“ (Ott 2017, 450). Durch den Griff in das Supermarktregal, die Auswahl einer Speise im Restaurant oder die Vorführung der eigenen Kochkünste bringt der Mensch sich selbst und seinen Lebensstil zum Ausdruck und verortet sich in der Gesellschaft. In der

Schröer 2020). Wer zur Vielschichtigkeit dieses Zitats weiter lesen möchte, wird hier fündig vgl. Lemke 2007b; Röhrich 1992.

kulturwissenschaftlichen Forschungsliteratur wird die individuelle Ernährungsweise daher auch als ein „Kürzel für Identität“ (Köstlin 2006, 13) beschrieben.⁴

Das oben zitierte Bild vom „Spiel mit den Möglichkeiten“ (Heimerdinger 2015b, 213) könnte nun den Schluss nahelegen, der*die Einzelne bediene sich bewusst und frei der gesellschaftlichen Esssemiotik, um dadurch seinem bestmöglichen Selbst Ausdruck zu verleihen. Doch freilich sind alle Essenden in unterschiedliche Kontexte und persönliche Erfahrungen eingebunden. Die alltägliche Speisewahl wird dadurch unbewusst beeinflusst. Obwohl sich die Einzelnen diesen Befangenheiten bewusst sein können, ist es nicht immer einfach, sich von diesen zu ‚befreien‘. Lars Winterberg verdeutlicht dies mit dem an Clifford Geertz (vgl. Geertz 1987) angelehnten Sprachbild des *esskulturellen Bedeutungsgewebes*, in das sich jeder Mensch unweigerlich verstricke (vgl. Winterberg 2015, 22). Das gegenwärtige esskulturelle Bedeutungsgewebe eröffnet zwar viele Handlungsspielräume, verdichtet sich gleichzeitig aber auch zu einem Gewirr von Fäden, die das Navigieren durch das Bedeutungsgewebe erschweren – ob habitualisiertes Essverhalten, Lebensmittelskandale oder in die Irre führende Lebensmittelverpackungen, viele Verbraucher*innen scheinen verunsichert und überfordert bei der täglichen Speisewahl (vgl. Stoff 2015, 11). Dass eine vegane Lebensweise dann provoziert, erscheint fast schon als logische Folge. Mit ihrem konsequenten Boykott tierischer Produkte wirken Veganer*innen so ganz und gar nicht verunsichert. Stattdessen strahlen sie das Selbstverständnis aus, dass sie ganz genau wüssten, wie man sich am besten durch das esskulturelle Bedeutungsgewebe der Gegenwart bewegt.

1.2 Besseresser*innen

Widmet man sich dem gesellschaftlichen Diskurs um die vegane Lebensweise, gelangt man schnell zu der Erkenntnis, dass das Label ‚vegan‘ polyvalent genutzt wird. Die vegane Lebensweise soll gleich eine ganze Reihe gesellschaftlicher Imperative der Gegenwart erfüllen – ob es nun um eine äußerst gesunde Ernährung geht, um einen den gegenwärtigen Schönheitsidealen entsprechenden Körper, um physisches oder psychisches Wohlbefinden, um eine ökologisch nachhaltigere Lebensweise oder den Tierschutz – vegan zu leben bedient all diese Aspekte. Betrachtet man Artikel wie den eingangs zitierten von der SZ, scheint bei einer veganen Lebensweise aber besonders die Zuschreibung, dass dieser schonender für die Tier- und Umwelt sei, Gegenstimmen zu provozieren. Das Konfliktpotenzial könnte also in der mit dem

4 Diese „symbolische Selbsterweiterung“ sollte nicht als „überflüssiges Luxusgut“ missverstanden werden, vielmehr „gehört [sie] zu den Grundbedürfnissen unseres Daseins“ (Heimerdinger 2015b, 214).

Veganismus verwobenen Diskussion um die moralische Besserstellung⁵ von Veganer*innen gegenüber Nicht-Veganer*innen liegen. Zugleich entwickelt sich der Fleischverzehr im 21. Jahrhundert allmählich zu einer „Chiffre für Fehlernährung, Tierleid und Umweltzerstörung“ (Winterberg 2021, 236). Praktizierende Veganer*innen stehen mit ihrer Lebensweise als lebedes Fanal, dass ein Boykott tierischer Produkte möglich ist. Sie führen vor, dass eine leidvermeidende und Tier- und Umwelt schonende Lebensweise im Alltag praktikabel und umsetzbar ist. Der oben zitierten Volksweisheit – „du bist, was du isst“ – folgend, wären Veganer*innen dann die ‚Besseresser*innen‘.

Genau dieser Status der moralischen Besserstellung scheint in der Gegenwartsgesellschaft ein umkämpftes Gut zu sein. So spiegelt es sich zumindest im eingangs zitierten SZ-Artikel, in dem die Autorin nach einem argumentativen Weg sucht, um nicht nur den ‚Heiligenstatus‘ der Veganer*innen zu torpedieren, sondern gar den Fleischessenden zuzuweisen. Womöglich liegt also in diesem Streit um die moralische Besserstellung ein Grund, weshalb ein öffentlich zur Schau getragener Veganismus diskreditierende Gegenreaktionen provoziert, obgleich er in den Supermarktregalen und damit in der Alltagskultur angekommen scheint. Veganer*innen wird dann unterstellt, dass sie sich mit ihrer moralischen Besserstellung allzu gerne brüsten und als „Gemüseheilige“ (Fritzen 2016) oder „Gesundheitsapostel“ (Briesen 2010, 13) versuchten, ihre ‚dogmatische‘ Lebensweise weiter zu verbreiten. Diese Herabsetzung von Menschen, die anhand von Änderungen ihres eigenen Lebensstils zu einer besseren Welt beitragen wollen, ist freilich nicht auf Veganer*innen beschränkt. Dieser Zusammenhang lässt sich mit der Bezeichnung ‚Gutmensch‘ illustrieren: Der Status des Gutmenschen wandelt sich gegenwärtig – zumindest in großen Teilen der Gesellschaft – von einem erstrebenswerten in einen möglichst zu vermeidenden Status. Wer sich nach außen lautstark mit weltverbessernden Zielen und Veränderungswünschen brüstet, muss sich vor destrukturierender Kritik wappnen. Das sei hauptsächlich nur ‚Moralkulisse‘ und diene vor allem der persönlichen Selbstprofilierung – so expliziert es beispielsweise Wolfgang Ullrich in seiner Gesellschaftsdiagnose „Wahre Meisterwerte“ (vgl. Ullrich 2017). Doch was ist dran an dieser pauschalisierenden Kritik? Wer sich nur kurz durch die bunten und ästhetisch bemühten Instagram-Profile klickt, liest und hört, ahnt, dass eine vegane Lebensweise nicht bloß Resultat des Wunsches nach moralischer Selbstprofilierung sein kann.

5 Inwieweit eine vegane Lebensweise tatsächlich moralisch überlegen ist, hängt unter anderem davon ab, von welchem philosophischen Standpunkt aus argumentiert wird – gesteht man beispielsweise der natürlichen Umwelt einen Eigenwert zu oder stehen die Interessen des Menschen uneingeschränkt im Vordergrund. Für eine intensive Auseinandersetzung mit Fragen menschlicher Verantwortung gegenüber der natürlichen Umwelt vgl. Ach & Borchers 2018; Ott & Dierks et al. 2016; Regan 1983.

1.3 Erkenntnisinteresse: Entfaltung esskultureller Binnenperspektiven

Im Sinne einer ‚demokratischen Kulturwissenschaft‘ soll die vorliegende Arbeit die bisherigen Perspektiven auf Veganer*innen (vgl. Breyvogel 2005; Díaz 2016; Fritzen 2016; Grube 2009; Hitzler & Niederbacher 2010b; Kirschner 2019; Thrun 2020; Wright 2015) verdichten und erweitern. Die wenigen geistes- und sozialwissenschaftlichen Forschungsarbeiten⁶, die sich ausschließlich dem Veganismus widmen, befassen sich schwerpunktmäßig entweder mit einer historischen Nachzeichnung seiner Entstehung (vgl. Fritzen 2016) oder mit der Erhebung und Auswertung qualitativer Interviews zu den primären Handlungsmotiven (vgl. Breyvogel 2005; Grube 2009; Hitzler & Niederbacher 2010b; Thrun 2020). Eine Annäherung an den Lebensstil des Veganismus aus kulturanthropologischer Perspektive gab es bislang vor allem im Bereich kleiner Abschlussarbeiten und Aufsätze (vgl. Kirschner 2019) – in der Regel ebenfalls anhand qualitativer Interviews und mit dem Ziel, die primären Beweggründe zu apostrophieren. Eine Zusammenfassung der Ergebnisse bisheriger geistes- und sozialwissenschaftlicher Forschungsarbeiten findet sich eingebettet im historischen Kapitel, das zugleich die Wurzeln der sozialen Bewegung skizziert.

Zu kurz kam bei den bisherigen Forschungen meines Erachtens die Fokussierung der Alltagsrelevanz und der lebensweltlichen Bedeutung des Veganismus. Auch die Erfahrungs- und Gedankenwelt von Veganer*innen wurde bisher nicht detailliert beleuchtet. Die vorliegende Arbeit soll diese Forschungslücke ein Stück weit schließen, indem sie intensiv die individuellen Sinnuniversen einzelner Veganer*innen analysiert.

Dass die Kulturanthropologie bisher nur spärlich die Lebenswelten von Veganer*innen beforscht hat, verwundert angesichts der Aktualität des Themas – insbesondere, da die Nahrungsforschung zum Standardrepertoire des Fachs gehört. Mit ihrer besonderen Nähe zum Feld und ihrem Ziel, „sich auf die Perspektive der Handelnden und ihre subjektiven Deutungen, Beweggründe und Bedürfnisse einzulassen“ (Wolff 2016, 443), ist das Fach prädestiniert dafür, „Phänomene besser zu verstehen (im Sinne von Erkennen, nicht im Sinne von Legitimieren), die aus anderer Perspektive eher mit dem normativen Gestus des Unverständnisses behandelt werden“ (ebd., 443).

In den folgenden Kapiteln, insbesondere in den Fallanalysen und der anschließenden Zusammenschau, wird den Lesenden eine multiperspektivische Sichtweise auf Veganer*innen

6 Die naturwissenschaftliche Betrachtung wird hier bewusst ausgespart, da sie sich vor allem der rein metabolischen Funktion von Nahrung widmet, die in dieser Arbeit keine primäre Rolle spielt. Für interessierte Leser*innen möchte ich hierfür auf die Publikation von Leitzmann und Keller verweisen vgl. Leitzmann & Keller et al. 2018.

offeriert, die den „kreative[n] und eigenwillige[n] Deutungsmuster[n]“ (Tauschek 2019, 90) der Veganer*innen Rechnung trägt. Durch eine „empirisch fundierte, mikroperspektivische sowie akteurs- und praxiszentrierte Untersuchung“ (Wietschorke 2014, 160) werden unterschiedliche Perspektiven ausgelotet. Der jeweilige Fokus auf das Individuum gewährt einen Einblick in die subjektive Lebens- und Gedankenwelt und ermöglicht zugleich die „Multivokalität des Feldes“ (Simon 2015a, 105) wiederzugeben.

Ziel dieser Arbeit ist zu verstehen, welchen Platz der Veganismus im Leben Einzelner haben kann und welche Bedeutung ihm hinsichtlich des jeweiligen Selbstverständnisses zukommt. Neben der Relevanz für den jeweiligen Selbstentwurf wird das empirische Material hinsichtlich der sich darin widerspiegelnden Werte, Normen, Ideen, Aushandlungsprozesse und Wissensordnungen ausgewertet (vgl. Lehmann 2007b, 21). Anhand dessen lassen sich Beweggründe konstatieren, die bisherige Forschungsarbeiten aussparten.

Da die Arbeit auf einem medienethnografischen Zugang aufbaut, auf den ich gleich noch zu sprechen komme, wird weiterhin untersucht, wie und wofür die interviewten Veganer*innen die Plattform Instagram nutzen. Konkret steht die Frage im Zentrum, welche Funktionen das autobiographische Erzählen über das Veganein für sie erfüllt und welche Hoffnungen damit verknüpft sind.

Geglückt scheint mir mein Forschungsunterfangen, wenn die Ergebnisse zu einem besseren Verständnis der Entscheidung für eine vegane Lebensweise und der Präsentation als Veganer*in im Netz beitragen. Später möglicherweise provozierte Irritationen bei den Leser*innen verstehe ich dabei als produktiv, „denn Irritation und Zweifel provozieren neue Perspektiven und halten die Möglichkeiten, Sachverhalte ‚anders‘ – oder überhaupt – zu sehen, im Gepäck“ (Uhlig 2015, 84). Wünschenswert wäre weiterhin, dass die detaillierte Beschäftigung mit den Binnenperspektiven der Veganer*innen bestehende stereotype und diffamierende Bilder von Veganer*innen dekonstruiert, die sich in Bezeichnungen wie „Gemüseheilige“ (Fritzen 2016) oder „Gesundheitsapostel“ (Briesen 2010, 13) andeuten.

1.4 Zugangsweisen: Instagram als unerschöpflicher Datenträger

Um einen sinnvollen Beitrag zum Stand der Forschung zum Veganismus zu leisten und einen umfassenderen Einblick in die Sinn- und Deutungswelten von Veganer*innen zu ermöglichen, wähle ich in dieser Arbeit eine Herangehensweise, die über einen rein dialogischen Zugang

hinausgeht. Hierfür wage ich eine Art Spagat zwischen der Nahrungsforschung⁷ und der digitalen Anthropologie⁸, verbunden über die kulturalanthropologische Erzählforschung⁹. Ziel ist die Auswertung und Deutung gegenwärtiger Selbstzeugnisse von Veganer*innen auf der Social-Media-Plattform Instagram.

In einer „von Internettechnologien geprägten Lebenswelt“ lassen sich nämlich „ethnografische Forschungsgegenstände“ (Bareither 2013a, 43) hervorragend im virtuellen Raum untersuchen. Als gesellschaftlich etablierte „Institution der Selbstthematization“ (Burkart 2006b, 11) motivieren soziale Netzwerke ihre Nutzer*innen, freiwillig regelmäßig Gedanken oder Geschehnisse aus ihrem alltäglichen Leben zu teilen. Die gegenwärtig äußerst populäre Plattform Instagram bietet den Nutzer*innen vielfältige Möglichkeiten der Selbstdarstellung. Ob per Text, Video oder Fotografie, via Instagram können Nutzer*innen eine multimediale Erzählung über sich selbst¹⁰ für die generalisierten Anderen (und für sich selbst) gestalten. Damit gehört Instagram womöglich – wie auch andere soziale Netzwerke – zu den „mächtigsten Technologien des Selbst, denen wir je ausgesetzt waren“ (Floridi 2015, 87). Genauere Ausführung zu den Rahmenbedingungen eines virtuellen Selbst finden sich in Kapitel drei.

7 Eine Disziplin, die sich für den Alltag des Menschen interessiert, muss sich freilich auch mit der alltäglichen Ernährung als soziokulturelle Praxis auseinandersetzen. Kulinarische Praktiken gelten „der kulturwissenschaftlichen Nahrungsforschung ganz grundsätzlich als ‚soziales Totalphänomen‘, insofern sie weit über den rein physiologischen Prozess der Nahrungsaufnahme und -verwertung hinaus wesentliche Aspekte gesellschaftlichen Zusammenlebens spiegeln“ (Winterberg 2015, 23). Deshalb widmet sich die Kulturalanthropologie dem kulinarischen Zeichenprozess, „der bereits vor dem Kauf beginnt und über die Zubereitung und den Verzehr bis hin zu den Nachwirkungen auf das Wohlbefinden der Beteiligten reicht“ (Posner & Wilk 2008, 31). Eine am täglichen Essverhalten interessierte Kulturalanthropologie analysiert den Symbolgehalt der Nahrung und fragt nach daraus ableitbaren gesellschaftlichen Werten, Normen, Tabus, Denkweisen und Wissensordnungen. Für detaillierte Ausführungen zur kulturalanthropologischen Nahrungsforschung vgl. Heimerdinger 2015b; Köstlin 2006; Matter 1991; Teuteberg & Wiegmann 1986; Tolksdorf 2001.

8 Die Kulturalanthropologie beschäftigt sich im interdisziplinären Forschungsbereich der Digitalen Anthropologie mit digitalen Alltagswelten. Ziel ist es, „Medien in ihrer Alltäglichkeit zu perspektivieren und dadurch besser zu verstehen, wie sie Alltagswelten prägen“ (Bareither 2019a, 20). Zentrale Fragen sind: Was machen Menschen mit digitalen Medien und was machen digitale Medien mit Menschen? Für detaillierte Ausführungen zur Erforschung digitaler Alltagskulturen vgl. ebd.; Horst & Miller 2014; Knorr 2011; Koch 2015; Schönberger 2015a.

9 Kulturalanthropologische Erzählforscher*innen interessieren sich, neben ihrem Interesse an Gattungsstrukturen, vor allem für die Leitlinien des alltäglichen und autobiografischen Erzählens (vgl. Meyer 2017, 9). Alltägliche Erzählungen geben „wertvolle Einblicke in lebensweltliche Probleme, aber auch in Weltsicht, Werte und Normen, Vorurteile und Ängste der Erzähler_innen und des diese umgebenden Milieus“ (Schneider 2017, 116). Die Kulturalanthropologie versteht sie als „Ausdrucksformen sozialer und mentaler Befindlichkeiten, der Selbstpositionierung und als Zugänge zum Verständnis vergangener und gegenwärtiger gesellschaftlicher Stimmungen und Probleme“ (ebd., 121). Für einen tieferen Einblick in die Erzählforschung vgl. Hengartner & Schmidt-Lauber 2005; Lehmann 2009, 2007a, 2007b, 1983; Meyer 2020, 2014.

10 In dieser Arbeit auch ‚Selbsterzählung‘ genannt.

Nun wird der Plattform jedoch schnell nachgesagt, dass die User*innen vor allem Banalitäten und unwichtige Episoden des Alltags zur Schau stellen, Wirklichkeit würden ebenso wenig abgebildet. Als empirisches Material klingt das zunächst nicht sonderlich fulminant. Doch selbst wenn die privaten Bilder und darunter veröffentlichten Bildtexte selten auf Außergewöhnliches verweisen, sind ihre Trivialität und Künstlichkeit nicht mit Irrelevanz gleichzusetzen (vgl. Schüle 2015, 86). Geht man davon aus, dass Erzählungen „kognitive Werkzeuge der Sinn- und Identitätsstiftung sowie kulturelle Modi der Weltkonstruktion“ (Nünning 2013, 18) sind, dann sind Selbsterzählungen eine wertvolle Quelle „für die Rekonstruktion komplexer Wissens- und Deutungssysteme der Erzähler/innen in Bezug auf sich selbst und ihre Lebenswelt“ (Schwibbe 2013a, 20). Kurt Ranke verdichtete diese Tragweite 1967 im Begriff des *homo narrans*, mit dem er auf die Selbstkonstitution erzählender Menschen durch ihre Erzählungen verwies (vgl. Lehmann 2007b, 43–45; Ranke 1967, 4). Auch oder gerade in wohlüberlegten Inszenierungen spiegeln sich „aufschlussreiche Denkschablonen der jeweiligen Gegenwart wider, die sich auf diesem Wege genauer erfassen und analytisch nutzen lassen“ (Simon 2015b, 63).

Für die Kulturanthropologie sind die privaten und gleichzeitig öffentlich zugänglichen Instagram-Beiträge deshalb ein instruktives Material. Erstens, da die im virtuellen Raum erhobenen multimedialen Selbsterzählungen ohne das Zutun des*der Forscher*in entstanden sind – anders als bei qualitativen Interviews (einer primären Methode kulturanthropologischer Forschung). Zweitens, da die auf Instagram veröffentlichten Inhalte Auskunft darüber geben, wie Veganer*innen von anderen gesehen werden wollen, gerade wegen ihres inszenierten Charakters. Anhand der virtuellen Selbsterzählungen zeigt sich, „wie diese sich mit ihrer Geschichte und deren Darbietung innerhalb einer sozialen Gruppe und mit Bezug auf gesellschaftliche Diskurse positionieren“ (Meyer 2020, 323). Weiterhin ermöglichen die multimedialen Erzählungen Rückschlüsse auf individuelle Überzeugungen und Deutungsmuster, Werte, Normen, Vorstellungen und Ideale (vgl. Lehmann 2007b, 12; Nünning & Rupp 2012, 17). Auf Instagram geben die in dieser Arbeit im Mittelpunkt stehenden Veganer*innen also das Preis, was ein Fach wie die Kulturanthropologie an die Oberfläche bringen möchte. Deshalb verstehe ich die virtuellen Selbsterzählungen als eine vielversprechende Quelle, um das Sinnuniversum des Veganismus zu beleuchten.

Ergänzt wird dieser medienethnografische Zugang mit der Durchführung und Auswertung qualitativer Interviews mit den jeweiligen Profilinhaber*innen. Dadurch kann die Perspektive der Akteur*innen auf ihre eigenen Profile miteinbezogen werden. Zugleich entschärft dies die empirischen Forschungsarbeiten immanente Deutungshoheit der*die Forscher*in zumindest

ein Stück weit. Überdies liefern die Interviews den jeweiligen biografischen Kontext zu den Profilen und dem Weg hin zum Veganismus.

1.5 Deutungsangebote

„An den Fragen, wie die empirisch erhobenen Daten präsentiert, die Nähe zu den befragten und begleiteten Menschen angemessen transportiert und [...] gerecht werden kann, kommt kein Autor herum, der seine Feldeindrücke und -informationen einer Öffentlichkeit zugänglich machen möchte.“ (Uhlig 2016, 63)

Nach einem langwierigen Entscheidungsprozess entschied ich mich für die Darstellung anhand von Fallanalysen. In den späteren Kapiteln wird also pro Kapitel bewusst eine Person in den Vordergrund gestellt. Eine solche Darstellungsweise erscheint mir aus einer kulturanthropologischen Forschungshaltung heraus besonders zum Fach zu passen. Als qualitativ-empirisch ausgerichtete Deutungswissenschaft hat sich die Kulturanthropologie zum Ziel gesetzt, besonders nah an das Individuum heranzurücken und *dichte Beschreibungen* (vgl. Geertz 1987) zu produzieren. Eine Darstellung anhand einzelner Fälle ist für mich in diesem Sinne zielführend, da sie eine Möglichkeit bietet, „die Beweggründe der Menschen und ihre inneren Logiken konstruktiv zu würdigen“ (Uhlig 2016, 63).

Der mikro- und zugleich multiperspektivische Zugang über Fallanalysen veranschaulicht den Leser*innen detailliert, wie die Befragten „ihr eigenes Leben in der Geschichte wahrnehmen“ (Lehmann 2009, 67) und für andere nach außen kommunizieren. Auch die biografische Verwobenheit des Veganismus lässt sich in den Fallanalysen anschaulich darstellen. Dies ermöglicht einen umfassenden Einblick in die persönlichen Sinnuniversen der Veganer*innen, welches eines der zentralen Ziele der Kulturanthropologie ist: „herauszufinden, welchen Sinn, unterschiedliche Akteur_innen auf den sozialen Bühnen der Welt sich und ihrem Tun selbst geben“ (Bischoff 2014, 17). Den Lesenden wiederum ermöglicht diese Darstellungsweise eine eigene kritische Lektüre (vgl. Uhlig 2016, 63), auch im Hinblick auf die spätere zusammenführende Interpretation. Durch die detaillierte Beschreibung werden die Leser*innen bewusst nah an den Interpretationsprozess herangeführt – somit ist der Deutungsprozess wesentlich gläserner als in anderen Disziplinen; ein Merkmal kulturanthropologischer Arbeiten.

Die Darstellung anhand von Fällen sollte jedoch „nicht als ‚reine‘ Beschreibung missverstanden werden“. So geht den Fallanalysen bereits eine Vorarbeit voraus: Für jede Person werden das qualitative Interview und jeweils mehrere hundert Instagram-Beiträge analysiert, miteinander abgeglichen und die sich darin abzeichnenden Kernnarrationen herausgearbeitet.

Innerhalb der Fallanalysen kommen dann – der induktiven Forschungshaltung der Kulturanthropologie geschuldet – unterschiedliche theoretische Konzepte zum Einsatz. Mit diesen werden die Fälle analytisch durchdrungen. Eine weitere Interpretation liegt in den „erheblichen Beschneidungen der tatsächlichen Rede durch die aus Texteffizienzgründen notwendige Auswahl und Anordnung sowie die teilweise vorgenommenen Paraphrasierungen in indirekter Rede“ (Voss 2011, 107).

Da die Stärke kulturanthropologischer Analysen nicht nur darin liegt, aufzuzeigen, dass jede*r Nutzer*in einen eigenen Handlungs- und Wahrnehmungsmodus in Bezug auf die vegane Lebensweise hat, sondern auch darin, Gemeinsamkeiten auszuloten und übergeordnete Erzähl- und Handlungsmuster herauszuarbeiten, folgt im Anschluss an die Fallanalysen eine Zusammenführung: Die innerhalb der Fallbeispiele herausgearbeiteten Ergebnisse werden in Dialog zueinander gesetzt, die jeweiligen Binnenperspektiven also vor dem Hintergrund des Wissens aus der Analyse der anderen Fälle verdichtet. Ergebnis dieser zusammenführenden Synthese sind fallübergreifende Deutungsangebote, die als im Material häufiger auftretende signifikante Aspekte zu verstehen sind. Jene Überlegungen sind „allenfalls sehr vorsichtig formulierte Hypothesen über milieuübergreifende Denk- und Handlungsmuster“ (Lehmann 2007b, 49) und höchstens als Theorien mittlerer Reichweite zu verstehen.

1.6 Erkenntnisgrenzen

Zu guter Letzt möchte ich noch darauf verweisen, was diese Arbeit nicht leistet. Wer nach einer ‚objektiven‘ Bewertung der veganen Lebensweise sucht, wird in dieser Arbeit schwerlich fündig. Aus einer kulturanthropologischen Haltung heraus wird dezidiert keine Bewertung angestrebt. Die Abwägung zwischen einem veganen und nicht-veganen Leben ist nicht Aufgabe der Forschenden. Solche Unterfangen müssen kulturanthropologische Arbeiten grundsätzlich vermeiden, da eine Bewertung mit dem „forschungsethische[n] Konsens“ nicht zu vereinbaren ist, „dass die Interviewpartner[*innen] in ihrer Art und Weise der Alltagsauslegung und Alltagsbewältigung ernstgenommen werden“ (Uhlig 2016, 68).

Kulturanthropologische Arbeiten sind daher an den subjektiven Sinnwelten und Weltdeutungen interessiert. Eine akteurszentrierte kulturwissenschaftliche Perspektive zielt auch nicht darauf ab, repräsentative Ergebnisse aus dem empirischen Material zu filtern. Stattdessen bringt sie, „die individuellen Ausgestaltungen, Widersprüchlichkeiten und die Heterogenität des Feldes zum Ausdruck“ (Voss 2011, 107). Eigenarten und individuelle Bedeutungen werden aus dem Material geschält, um sie zu verstehen – und eben nicht zu bewerten.

Allerdings involviert eine kulturwissenschaftliche Arbeit den*die Forschende*n. Werturteilsfreiheit ist schlichtweg nicht realistisch. Allein die Wahl eines bestimmten Themas beinhaltet naturgemäß eine gewisse Positionierung, ebenso wie der Einbezug bestimmter gesellschaftlicher Debatten oder die Auswahl von Theorien (vgl. Heimerdinger & Näser-Lather 2019, 90). Deshalb ist der Haltung der Forscherin und methodischen Herangehensweise ein eigenes Reflexionskapitel gewidmet. Innerhalb der Analyse zeigt sich die angestrebte Werturteilsfreiheit im behutsamen Umgang mit den von den Veganer*innen verbalisierten Werthaltungen, Handlungsmaximen und Denkmustern. Einzelne Aussagen werden nicht aus ihrem Kontext herausgerissen. Durch die Darstellungsweise der Fallanalyse bleiben sie immer an den Fall, also die jeweilige Person, gebunden.

Die vorliegende kulturanthropologische Arbeit hat keine absoluten ‚Wahrheiten‘ über das Veganein im Gepäck. Vielmehr offerieren die späteren Kapitel ein Gesprächsangebot und beleuchten die vegane Lebensweise aus der Perspektive einer heterogenen Gruppe praktizierender Veganer*innen. Inwieweit die Deutungsangebote resonieren und dabei möglicherweise bestehende Stereotype aufweichen, obliegt den Lesenden.

2 Veganismus

2.1 Wortbedeutung

Als Veganer*innen werden Personen bezeichnet, die freiwillig – zumindest in Wohlstands- und Überflussgesellschaften¹¹ – und anhand individueller Prägungen auf den Verzehr sämtlicher tierischer Nahrungsmittel verzichten (vgl. Ach 2018b, 346). Der vegane Ernährungsstil wird zu einer veganen *Lebensweise*, wenn er über die Umstellung der Ernährungsgewohnheiten weit hinausgeht und für die komplette Gestaltung eines Lebens moralisch begründete Prinzipien be-reithält. Die aus dem Veganismus hervorgehenden, selbst-oktroierten ‚Beschränkungen‘ kön-nen sozusagen alle Bereiche eines menschlichen Lebens betreffen. Dementsprechend ist er in den meisten Fällen nicht nur als Ernährungsweise, sondern als umfassender Lebensstil zu cha-rakterisieren (vgl. Barlösius 2016, 77–78). Abgelehnt werden neben den tierischen Lebensmit-teln auch Gebrauchsgegenstände und Konsumartikel, die ganz oder teilweise aus tierischen Rohstoffen oder unter Inkaufnahme tierischen Leids produziert werden – beispielsweise Leder, Wolle, Seide, Tierborsten, Federn, Kosmetik, Schmuckperlen, Medikamente (vgl. Hitz-ler & Niederbacher 2010a, 170; Wright 2015, 5).

Wie konsequent die veganen Verhaltensregeln befolgt werden und welche Beweggründe primär handlungsleitend sind, ist hochgradig individuell, weshalb nicht von einer homogenen Gruppe der Veganer*innen gesprochen werden kann (vgl. Wright 2015, 22–23). Auch Aussa-gen über die tatsächliche Zahl praktizierender Veganer*innen sind mit Unsicherheit verbunden, da eine Vielzahl an vegetarischen und veganen Ernährungs- und Lebensformen ineinanderflie-ßen – von ‚Flexiganer*innen‘ bis ‚Ovo-Lacto-Vegetarier*innen‘. Ob von einer heterogenen Gruppe von Veganer*innen zu sprechen ist und ob den unterschiedlichen Ausprägungen ver-bindende Beweggründe sowie eine gemeinsame Geschichte zugrunde liegen, wird nachfolgend skizziert.

¹¹ Besonders in Gesellschaften, die von Wohlstand und Überfluss geprägt sind, kommt die Idee des Veganismus (und Vegetarismus) auf. Der hohe Lebensstandard ermöglicht dort erst den freiwilligen Verzicht auf tierische Produkte.

2.2 Beweggründe

Ob es um die nicht artgerechten Bedingungen der industriellen Nutztierhaltung, die wachsenden Klima- und Umweltprobleme oder Zivilisationskrankheiten wie Übergewicht und Diabetes geht – die von den Ausübenden angeführten Beweggründe, weshalb es sich zu lohnen scheint, im 21. Jahrhundert eine vegane Lebensweise zu verfolgen, sind vielfältig (vgl. Lemke 2015, 52). Die vegane Lebensweise tangiert immer mehr Bereiche und beachtet immer längere Handlungsketten. Die gesamte Produktionskette aus der Fabrik bis in die Hand der Konsumierenden interessiert – und zwar nicht nur in Bezug auf die Gegenwart, sondern auch auf die Zukunft (vgl. Barlösius 2016, 248). Würde nach einer alle Beweggründe umspannenden Gemeinsamkeit gefragt, dann fände sich die Antwort im Impetus zur Veränderung zum Besseren – ob es dabei nun um Tierwohl oder um die Schonung des Klimas geht.

Am anschaulichsten lassen sich die häufigsten Motive anhand von Kategorien betrachten: Diese umfassen zwar nicht zwangsläufig alle existenten Motive, geben jedoch einen Überblick über die geläufigen Argumente.

2.2.1 Moralische Begründung

Zu den wichtigsten Motiven für einen veganen Lebensstil zählt die moralische Begründung. Tierethisch motivierte Veganer*innen begründen den Boykott tierischer Produkte unter anderem damit, dass sie auch gegenüber nicht-menschlichen Lebewesen Empathie empfinden (vgl. Grube 2009, 36). Außerdem seien Tiere – genau wie Menschen – fühlende Wesen, die neben Schmerz auch Leid und Freude empfinden können. Diese Fähigkeiten gäben Tieren das Recht, dass ihre Interessen in gleichem Maße (wie bei Menschen) berücksichtigt werden (vgl. Díaz 2016, 264; Ryder 2011, 60).

Die Feststellung dieser Gemeinsamkeiten zwischen Mensch und Tier spitzen sich mithin in einer Ablehnung des sogenannten *Speziesismus*¹² zu (vgl. Díaz 2016, 264). Unter dem Vorwurf des Speziesismus wird dann „die scheinbar naturgegebene Stellung des Menschen an der Spitze der Schöpfung thematisiert und seine daraus anthropozentrisch abgeleitete Verfügungsgewalt“ (Boje 2009, 85) über die Natur im Allgemeinen kritisiert. Mit der Idee des Antispeziesismus verknüpft ist die Forderung nach einer Gleichstellung von Menschen und Tieren.

¹² Der Begriff Speziesismus ist ein Begriff der Tierethik und steht für die Diskriminierung und Ausbeutung von Tieren durch den Menschen. Vor allem der Philosoph Peter Singer hat, indem er den Begriff in seinem Buch ‚Animal Liberation‘ verwendete, zur Verbreitung beigetragen. Singer verurteilt anhand des ursprünglich vom Oxforder Psychologen Richard Ryder geprägten Begriffs, den menschlichen Umgang mit Tieren als eine dem Rassismus oder Sexismus gleichbedeutende Form von Diskriminierung (vgl. Denkhaus 2018, 202).

Hieraus ergibt sich die Handlungsprämisse, jegliches Leiden von Tieren weitestgehend zu vermeiden – der Verzehr tierischer Produkte kommt dann in einem Land, in dem der Großteil tierischer Produkte aus der Intensivtierhaltung stammt (vgl. Deutsches Tierschutzbüro 2021), nicht mehr infrage.¹³

2.2.2 Ökologische Begründung

Neben der Gewissensfrage hinsichtlich des Umgangs mit Tieren ist für manche Veganer*innen auch die menschliche Verantwortung gegenüber der Umwelt entscheidend. Eine vegane Ernährung sei umweltschonend(er), da die Erzeugung tierischer Nahrungsmittel wesentlich größere umweltschädigende Konsequenzen nach sich ziehe als eine rein vegane Ernährung (vgl. Lemke 2015, 52; Heinrich-Böll-Stiftung 2021). Als weitere ökologische Gründe gelten die Wasserverschmutzung durch die Massentierhaltung beziehungsweise der sogenannte Wasserfußabdruck, der Energieverbrauch und die Tieragrarwirtschaft als eine Hauptursache für die weltweite Umweltverschmutzung. Als ökologische Folgen der Massentierhaltung werden weiterhin genannt: die Zerstörung des Regenwaldes durch die Abholzung der Waldflächen für die Tiernutzung, die Überweidung der Grasflächen, der ‚Pestizid-Boom‘, die negativen Folgen des Einsatzes von Gentechnik, Überdüngung, saurer Regen, Überfischung und die Verstärkung des Treibhauseffektes und damit der globalen Klimaerwärmung (vgl. Grube 2009, 42–46; Lemke 2015, 52; Heinrich-Böll-Stiftung 2021). Veganer*innen sehen ihre vegane Lebensweise daher als Möglichkeit an, einen eigenen Beitrag zum Schutz von Umwelt und Klima zu leisten.

2.2.3 Ökonomische Begründung

Eng verwoben mit der ökologischen Argumentation für eine vegane Ernährung sind ökonomische Argumente. Eine vielfach angeführte Begründung lautet, dass bei der Umwandlung von pflanzlichen Futtermitteln in tierische Proteine mindestens die Hälfte (oder sogar mehr) der Energie verloren gehe (vgl. Mellinger 2000, 44). Eine weitere ökonomische Begründung für eine vegane Lebensweise ist der Umstand, dass Futtermittel aus Entwicklungsländern importiert werden müssen, um die in der Europäischen Union produzierte Fleischmenge überhaupt produzieren zu können. – „über ein Drittel aller Feldfrüchte weltweit landet in den Mägen von Nutztieren“ (Heinrich-Böll-Stiftung 2021). Viele Millionen Hektar Ackerland in den Entwicklungsländern dienen ausschließlich der Produktion von Tierfutter für die Mastbetriebe Europas

¹³ Über die problematischen Haltungsbedingungen der industriellen Massentierhaltung und die draus hervorgehenden physischen und psychischen Konsequenzen auf die Tiere ist vielfach medial berichtet worden. Für genauere Schilderungen vgl. Foer 2013.

und stehen folglich nicht mehr für den Anbau von Nahrung für die dort lebenden Menschen zur Verfügung (vgl. Grube 2009, 46–49). Der Anbau von Exportprodukten durch multinationale Konzerne führe zudem zur Verdrängung der einheimischen Kleinbauern. Besonders die Entwaldung habe die „Zerstörung der Lebensgrundlage indigener und kleinbäuerlicher Gemeinden“ (Heinrich-Böll-Stiftung 2021, 12) zur Folge. Auch Zusammenhänge zwischen Massentierhaltung und der unzureichenden weltweiten Nahrungsmittelversorgung werden von Veganer*innen angeführt und gelten als wichtiger Grund, auf tierische Produkte zu verzichten (vgl. Precht 2016, 457).¹⁴

2.2.4 Religiöse Begründung

Motive für einen veganen Lebensstil können auch religiöser Natur sein. Bis heute spielt der Verzicht auf Fleisch in vielen Religionen eine Rolle (vgl. Burhenne 2015, 129). Je weiter man in der Geschichte der Weltreligionen zurückblickt, desto häufiger findet sich das Vorhandensein einer allumfassenden Achtung vor allen Lebensformen – am stärksten ausgeprägt im Jainismus. Auch im Christentum lässt sich das fünfte Gebot ‚Du sollst nicht töten‘ auf die Welt der Tiere ausweiten – der Theologe Eduard Baltzer gründete 1867 den ersten vegetarischen Verein in Deutschland (vgl. Grube 2009, 72). Gleichwohl nennen Veganer*innen des globalen Nordens eher selten religiöse Beweggründe. Allenfalls wird Veganer*innen von außenstehenden Betrachter*innen – häufig mit kritischem Unterton (vgl. Funkschmidt 2015b; Ott 2017, 439) – nachgesagt, dass diese ihren Veganismus zu einer ‚Ersatzreligion‘ ausbauten.

2.2.5 Gesundheitliche Begründung

Gesundheitliche Argumente sind schon seit Beginn der vegetarischen Bewegung eng mit dem Verzicht auf Fleisch verwoben. Nicht nur in der antiken Diät stand die vergleichsweise hohe Unverdaulichkeit von Fleisch im Vordergrund, auch zu Zeiten des Mittelalters, des Humanismus und der Renaissance fand die Argumentation hinsichtlich der gesundheitlichen Vorteile einer rein vegetabilen Kost immer wieder Beachtung. Auch die Vertreter*innen der Lebensreformbewegung verwiesen fortwährend auf die negativen Auswirkungen des Fleischkonsums für die menschliche Gesundheit und auf die Reinheit pflanzlicher Kost (vgl. Fritzen 2016, 72).

¹⁴ Aus geopolitischer Sicht symbolisiert die Zugehörigkeit zur ‚Gesellschaft der Fleischesser*innen‘ Wohlstand und Macht, markiert dadurch die Stellungen des Staates innerhalb des Weltgefüges (vgl. Mellinger 2000, 111).

Veganer*innen im 21. Jahrhundert knüpfen an diese Argumentation an, wenn sie argumentieren, dass die Zivilisationskrankheiten der Wohlstandsgesellschaften – wie beispielsweise Übergewicht, Bluthochdruck, Diabetes und diverse Krebsarten – durch ein Zuviel an tierischen Lebensmitteln gefördert oder sogar hervorgerufen werden und durch eine rein pflanzliche Kost gemildert oder sogar vermieden werden könnten (vgl. Ach 2018b, 346). Auch wenn die gesundheitlichen Auswirkungen einer konsequenten veganen Ernährung immer noch diskutiert werden, steigt die Anzahl der befürwortenden Studien, die zumindest die positiven Auswirkungen einer stärker pflanzenbasierten Ernährung herausstellen (vgl. DGE 2020a).¹⁵

Neben dem gesundheitswissenschaftlichen Diskurs um die vegane Ernährungsweise besteht ein gesellschaftlicher Diskurs, innerhalb dessen eine vegane Ernährung oftmals mit dem Versprechen einer schadstoffärmeren Kost verknüpft ist (vgl. Klotter 2011, 135).¹⁶ Verbunden mit einer vermeintlichen Pflicht zur individuellen Gesundheitserhaltung¹⁷ erscheint eine vegane Ernährung dann besonders attraktiv; insbesondere, da sie nicht nur als Strategie zur Erhaltung eines gesunden Körpers angepriesen wird, sondern zugleich als eine Art ‚schlankheitsverheißende Diät‘. Bei einer rein pflanzlichen Ernährung würden in der Regel mehr Lebensmittel mit einer niedrigen Energiedichte verzehrt, so die gängige Argumentation (vgl. Grube 2009, 50). Aus dieser Perspektive erscheint eine vegane Ernährung auch vor dem Schlankheitsideal des 21. Jahrhunderts zielführend und sinnvoll (vgl. Merta 2008, 10). Propagiert werden diese gesundheits- und schlankheitsverheißenden Versprechungen in zahlreichen veganen Kochbüchern oder in im Netz publizierten ‚veganen Foodblogs‘.

Weiterhin wird im Diskurs um eine gesunde Lebensweise eine vegane Ernährung nicht nur eine vielversprechende Strategie für einen schlanken und gesunden Körper wahrgenommen, sondern auch als Instrument, um auf individueller Ebene Risiken und Verunsicherungen beim

¹⁵ „Eine pflanzenbetonte Ernährung mit einem geringen Fleischverzehr ist gut für unsere Gesundheit. Das bestätigen die Ergebnisse einer umfassenden Übersichtsarbeit (*Umbrella Review*) der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE), die sie im 14. DGE-Ernährungsbericht veröffentlicht hat. Sie stützen damit die aktuellen Ernährungsempfehlungen für eine vollwertige Mischkost, die zum größten Teil aus pflanzlichen Lebensmitteln wie Gemüse und Obst besteht, ergänzt durch geringe Mengen tierischer Lebensmittel wie zum Beispiel Fleisch.“ (DGE 2020a).

¹⁶ „Eine gut geplante und ausgewogene Lebensmittelauswahl sowie die zuverlässige Supplementation von Vitamin B12 und ggf. weiteren kritischen Nährstoffen können zu einer ausreichenden Nährstoffversorgung und somit zu einer gesundheitsfördernden Ernährung beitragen“ (DGE 2020b).

¹⁷ Der moderne Staat soll einerseits die Gesundheit garantieren, gleichzeitig habe aber auch die Bevölkerung die Pflicht zur Gesundheitserhaltung. Gesundheitsabträgliches Verhalten wird daher sanktioniert (Briesen 2010, 32). Deutlich würde dies beispielsweise an der Schlankheitsnorm (vgl. Klotter 2011, 135) oder an den aggressiven Werbemaßnahmen der Krankenkassen, die zur Gesundheitserhaltung auffordern und die Kund*innen durch Vergünstigungen belohnen (vgl. Boje 2009, 87).

Thema Essen zu reduzieren. Ihre Befürworter*innen verweisen unter anderem auf mit tierischen Nahrungsmitteln verbundene Gesundheitsrisiken, wie beispielsweise den Anstieg antibiotikaresistenter Keime, der durch die in vielerlei Hinsicht mangelhaften Haltungsbedingungen in Massentierhaltungen mitverursacht wird (vgl. Heinrich-Böll-Stiftung 2021). Im Zuge der COVID-19-Pandemie ist zudem der Verweis auf den Zusammenhang zwischen der Produktion tierischer Lebensmittel und der Entstehung von Zoonosen populär geworden. Die Tierrechtsbewegung „PETA ZWEI“ veröffentlichte – neben ihren Verdiensten bei der Aufdeckung regelmäßiger Lebensmittelskandale – beispielsweise einen Beitrag auf Instagram mit dem Hinweis, „dass unser Appetit auf tierische Produkte wie Fleisch, Milch und Eier sogenannte Zoonosen fördert“ (PETA ZWEI 2021).

2.2.6 Soziale Positionierung

Lebensmittel bieten Momente der sozialen Verortung, denn durch die Wahl oder den Ausschluss bestimmter Lebensmittel kann eine stetige Positionierung sowie Abgrenzung von der Masse kommuniziert und zugleich das Bedürfnis nach Zugehörigkeit erfüllt werden (vgl. Barlösius 2016, 77; Trummer 2015, 73). Da die Mehrheit der Gesellschaft tierische Produkte täglich konsumiert – trotz des zunehmend negativen Images, insbesondere von Fleisch (vgl. Rückert-John & Kröger 2019) –, liegt eine vegane Ernährung abseits der gesellschaftlichen Normalität beziehungsweise der gesellschaftlichen Norm, wenn das mehrheitliche Essverhalten innerhalb einer Gesellschaft als regulär verstanden wird. Vegan zu leben, bietet seinen Anhänger*innen daher ein starkes Instrument zur sozialen Distanzierung, aber zugleich auch ein Instrument zur sozialen Zugehörigkeit. Durch ihren konsequenten Boykott verlassen Veganer*innen bewusst die ‚gemeinsame Tafel‘ und wenden sich von der Mehrheitsgemeinschaft der Essenden ab. Zugleich nehmen sie an einer ‚neuen, kleineren Tafel‘ Platz und verorten sich damit neu im sozialen Gefüge.

Doch der Veganismus geht in vielerlei Hinsicht über den Bereich der alltäglichen Ernährung hinaus – die Neuverortung ergibt sich nicht nur aus der täglichen Ernährungsweise. Als differenzierte Strömung, welche kein geringeres Ziel verfolgt als „Verantwortung für den Planeten“ (Fritzen 2016, 152) zu übernehmen, umfasst der Veganismus das komplette Leben eines einzelnen Menschen (vgl. Wright 2015, 9). Hieraus ergibt sich eine Vielzahl an Abgrenzungspotenzialen, die in den unterschiedlichsten Situationen – vor allem beim Konsum – zum Tragen kommen.

Die damit einhergehenden Zuschreibungen des Ungewöhnlichen und Besonderen, auch da nur zwei Prozent der deutschen Bevölkerung vegan leben (vgl. BMEL 2021), rücken den vega-

nen Lebensstil in ein attraktives Licht. Insbesondere mit Blick auf die Gesellschaftsdiagnose des Soziologen Andreas Reckwitz, der annimmt, der Mensch strebe gegenwärtig nach Aufmerksamkeit durch *Singularität*¹⁸ (vgl. Reckwitz 2018) beziehungsweise Individualität und Einzigartigkeit. Durch die bewusste und freiwillige Abkehr von der gesellschaftlichen Norm kann ein veganer Lebensstil als Ausdruck einer solchen Singularisierung interpretiert werden. Täglich betonen Veganer*innen ihre Einzigartigkeit durch den für andere sichtbaren Boykott und den bewussten Konsum von Alternativen. Zugleich tragen Veganer*innen damit einen „Umgang mit der Geist-Körper-Dualität zur Schau“ (Boje 2009, 84), der in unserer Gesellschaft tendenziell mit Attributen des Willens, der Stärke, der Selbstdisziplin und der Konsequenz¹⁹ verbunden wird – daher erscheint der umfassende Boykott nach außen tendenziell als mühsam, als im Alltag schwer umsetzbar und als eine Art singuläres Merkmal.

2.2.7 Sinnhaftigkeit

Ein weiteres Handlungsmotiv ist die Sinnstiftung – in den Fallanalysen wird dies noch eine bedeutende Rolle spielen. Aufbauend auf den angeführten Argumenten für eine vegane Lebensweise können Veganer*innen in ihrem täglichen bewussten Boykott sämtlicher tierischer Produkte ein stark sinnstiftendes Element finden. Vor dem Hintergrund der oben genannten Gründe erscheint so ein veganer Lebensstil – im Gegensatz zur nicht-veganen Lebensweise – sinnvoll und kongruent. In den täglich gelebten Handlungskonsequenzen – also dem Verzicht – führen Veganer*innen nicht nur ihrem sozialen Gefüge, sondern auch sich selbst immer wieder ihre ‚Selbstbestimmtheit‘ und die Sinnhaftigkeit ihres eigenen Daseins vor Augen. Durch konsequenten Verzicht üben sie eine implizite Kritik an der „Gesellschaft als solche[r], [an] ihrem

¹⁸ In der Spätmoderne strebe der*die Einzelne nach dem Besonderen, dem Einzigartigen und dem Außergewöhnlichen. Jene Singularisierung (vgl. Reckwitz 2018) sei gesellschaftliches Leitbild. In der singularisierten Gesellschaft, vor allem aber innerhalb der neuen Mittelklasse, überlagere der neu angesetzte Maßstab der ‚Lebensqualität‘ sowie des ‚Besonderen und Authentischen‘ die zuvor herrschenden, eher rationalistischen, materiell orientierten Maßstäbe des ‚Lebensstandards‘. Der Wunsch nach Singularität sei Kernbedürfnis, die Suche nach entsprechenden singulären bzw. authentischen Erfahrungen (im Berufs- sowie im Privatleben) ein Leitmotiv (vgl. ebd., 104). Stilvorlieben und Geschmacksurteile gewannen im Zuge dessen hinsichtlich der gesellschaftlichen Differenzierung und Vergemeinschaftung an Relevanz (vgl. Woltersdorff 2012, 180–181) – der vegane Lebensstil könnte als ein Beispiel hierfür interpretiert werden.

¹⁹ Im Sinne Bourdieus können diese Attribute als kulturelles Kapital verstanden werden, das wiederum der Produktion und Reproduktion sozialer Unterschiede dient (vgl. Bourdieu 1983). „Dieses kulturelle Kapital korrespondiert mit dem typischen Lebensstil der Mittelschicht, und gleichzeitig weist es eine möglichst große Distanz gegenüber dem als proletarisch wahrgenommenen Lebensstil auf. Dies erklärt, weshalb soziale Aufsteiger signifikant häufiger einen reflektierten und bewussten Ernährungsstil übernehmen als andere soziale Gruppen. Mit dieser Übernahme wollen sie ihren ökonomischen Aufstieg kulturell absichern“ (Barlösius 2016, 79).

Aufbau, ihrer Funktionsweise, ihren Machtverhältnissen und ihrem Selbstverständnis“ (Boje 2009, 84–85). Dies macht den Veganismus zu einer kulturell geachteten und zugleich verachteten Lebensweise.

2.3 Historische Hintergründe

Eine wissenschaftliche Beschäftigung mit einem historisch gewachsenen Phänomen kann die Nachzeichnung der Entwicklungsgeschichte nicht aussparen, da sich jedwede Gegenwart erst aus ihrer Geschichte erklärt. Daher folgt eine historisch einordnende Perspektivierung des Veganismus, die den empirischen Annäherungen vorangestellt ist. Die Kenntnis der langen Tradition und der historischen Patina, die am gegenwärtigen Veganismus haftet, helfen, die später vorzustellenden Denkweisen und Handlungsmuster von Veganer*innen nachzuvollziehen. Da sich der Veganismus aus dem Vegetarismus entwickelte, setzt die historische Nachzeichnung in der Antike, bei den Wurzeln des Vegetarismus an.²⁰

2.3.1 Pythagoreer und Pflanzenköstler*innen

Bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts wurden Vegetarier*innen in Anlehnung an Pythagoras (etwa 570–480 v. Chr.) als Pythagoreer bezeichnet. Der Begriff des Vegetarismus etablierte sich erst später. Der Vorsokratiker Pythagoras war ein bekennender Gegner des Fleischverzehr (vgl. Fritzen 2006, 93) – er vertrat eine Ethik, in der das Leiden von Tieren möglichst vermieden werden sollte. Diese Ethik liegt bis heute dem freiwilligen Fleischverzicht zugrunde und macht den Philosophen zum historischen Vordenker des tierethischen Vegetarismus (vgl. Wright 2015, 5). Neben Pythagoras übernahmen weitere Vorsokratiker mit variierenden Hauptmotiven die Prämissen des Vegetarismus. Diese Motive variierten zwischen der moralischen Überzeugung, einer Idealisierung der Askese und Überlegungen zum gesundheitlichen Wohl des Menschen (vgl. Teuteberg 1994, 38). Die Anhänger*innenzahl in der Antike war relativ niedrig. Vor allem gebildete und philosophisch interessierte Personen der Oberschicht verstanden sich als Pythagoreer. Zwar ernährte sich die Mehrheit der Bevölkerung fleischarm, allerdings notgedrungen, da sie sich nur selten eine Fleischmahlzeit leisten konnte, und nicht aufgrund einer ethischen Überzeugung. Fleisch von einem geschlachteten Tier zu essen, war besonders abseits der gebildeten Schicht ein gemeinschaftliches soziales Ereignis – und, gerade

²⁰ Für einen ausführlichen Einblick in die Geschichte des Vegetarismus vgl. Boje 2009; Fritzen 2016; Spencer 2016.

weil es sich nicht jeder leisten konnte, ein Ausdruck von Macht und Einfluss (vgl. Spencer 2016, 169)

2.3.2 (Kein) Mitleid mit Mitgeschöpfen

In der Renaissance entwickelte sich der Fleischverzehr mehr und mehr zur gesellschaftlichen Regel. Ein freiwilliger Verzicht auf Fleisch trat kaum auf, der vegetarische Gedanke war nicht mehr sonderlich präsent. Ärmere Familien tischten zwar noch Notgedrungen vor allem Getreide, Gemüse und Milch auf, doch besonders in wohlhabenden Familien gehörte Fleischessen zum Alltag (vgl. Spencer 2016, 169–170). Eine anthropozentrische Definition des Mensch-Tier-Verhältnisses verfestigte sich, wie sie „am ausdrücklichsten René Descartes in seiner Lehre von der empfindungslosen, insbesondere schmerzunempfindlichen Tiermaschine“ (Mellinger 2000, 80) vertrat. Gleichwohl prägten die wenigen Fleischverweigerer*innen jener Zeit einige maßgebliche Argumente der späteren vegetarischen Bewegung, die in den folgenden Jahrhunderten aufgegriffen und fortgeführt wurden. Pflanzenkötler*innen der Renaissance revitalisierten antike Naturheilprinzipien und Aufforderungen zur Mäßigung (vgl. Boje 2009, 66–67). „Tiermord führe zu Menschenmord, eine naturgemäße Diät beeinflusse die Seele, der menschliche Körper sei von Natur aus nur auf Pflanzenkost eingerichtet.“ (Burhenne 2015, 131) Hauptmotive waren – neben der vermeintlichen Überlegenheit einer vegetarischen Ernährung hinsichtlich ihrer positiven Folgen für Körper und Geist – die moralische Natur des Menschen, die Ehrfurcht vor dem Leben, die Gewaltkritik sowie die Kritik an der Herrschsucht des Menschen. Bis heute gelten diese Motive als Kernargumente des Vegetarismus und Veganismus (vgl. Grube 2009, 28–29).

2.3.3 Eine fleischverweigernde Subkultur

Weitere nennenswerte Wegbereiter*innen des Vegetarismus – neben Pythagoras – finden sich im späten 18. Jahrhundert: Der französische Aufklärer Jean-Jacques Rousseau (1712–1778) und der Philosoph Arthur Schopenhauer (1788–1860) gelten als bekannteste Persönlichkeiten, die über den Vegetarismus schrieben. Neben ihnen reihen sich weitere unbekanntere Autor*innen (vgl. Burhenne 2015, 132). Sie alle appellierten an den Menschen, Mitleid gegenüber Tieren zu empfinden. Dieses Mitleid und die Anerkennung des Lebensrechts der Tiere stellte das herrschende, durch und durch anthropozentrische Verhältnis der europäischen Bürger*innen zu anderen Lebewesen infrage (vgl. Grube 2009, 29).

Zu einem umfassenden weltanschaulichen System entwickelte sich der Vegetarismus im 19. Jahrhundert. 1847 wurde der Begriff in Anlehnung an den englischen Begriff ‚vegetable‘

(Gemüse) eingeführt, womit der fakultative Fleischverzicht seinen Namen erhielt: *Vegetarismus*²¹ (vgl. Frei & Groß et al. 2011, 62; Fritzen 2016, 16).

Dass der Vegetarismus besonders in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts einen Aufschwung erlebte, ist – kurz gesagt – mit der Überführung der traditionellen agrarischen in die industrielle Gesellschaft zu erklären. Die dadurch herbeigeführten veränderten Gewohnheiten (hier v. a. der Ernährung) ebneten den Weg für Gegenbewegungen, darunter auch die der Vegetarier*innen. Wandlungsprozesse wie Säkularisierung, Urbanisierung, Industrialisierung, Mobilisierung, Technisierung, Konfektionierung, Rationalisierung etc. brachten für den Nahrungsmittelsektor große Veränderungen mit sich (vgl. Krabbe 2001, 25; Ulmer 2001, 529). Ab der Mitte des 19. Jahrhunderts war für das deutsche Bürgertum ein übermäßiger Konsum von fast allen Lebensmitteln möglich, welche aufgrund der rasch wachsenden Wirtschaft und des verstärkten internationalen Handels leichter verfügbar und erschwinglicher wurden (vgl. Briesen 2010, 95; Treitel 2017, 67–68). Insbesondere der Verzehr des zum Statussymbol erhobenen Fleisches steigerte sich (vgl. Frei & Groß et al. 2011, 62). Die dafür notwendige Steigerung der Fleischproduktion ließ sich durch Fortschritte in der Tierzucht, durch technische Neuerungen im Bereich der Konservierung sowie der Kühlung und unter Einsatz des Fließbands, neuer Transportmethoden und durch den Import von Futtermitteln realisieren (vgl. Briesen 2010, 59; Mellinger 2000, 109; Tolksdorf 2001, 248). Gleichzeitig wurden Schlachthöfe immer häufiger außerhalb der Städte gebaut, um die Menschen weniger in Berührung mit dem Prozess des Tötens zu bringen. Durch die dadurch entstandenen „unsichtbaren Opfermaschinerien“ (Mellinger 2000, 54) konnten Fleisch und Wurst zu einem entfremdeten²² Produkt, zu einer ‚Ware‘ werden, welche die Verbraucher*innen fortan immer losgelöst vom Tier verzehrten (vgl. Simon 2008, 271; Hirschfelder & Lahoda 2012, 160). Der wirtschaftliche Nutzen des Tieres verschob sich sozusagen in seine tote Substanz und lag weniger, wie in der Vormoderne, in der Funktion als Arbeits- und Nutztier (vgl. Mellinger 2000, 159).

Jene Veränderungen der alltäglichen Ernährungsweisen, die häufig auf neuen Fertigprodukten²³, auf stark konfektionierten Waren und vor allem auf tierischen Produkten basierten,

²¹ 1842 wurde der Ausdruck ‚vegetarian‘ erstmals von englischen Vegetariern als Ersatz für die verschiedenen Bezeichnungen wie ‚pythagoreische Kost‘, ‚Pflanzenköstler‘ oder ‚fleischfreie Kost‘ verwendet. Die Jahrhunderte zuvor sprach man von einer ‚pythagoreischen Lebensweise‘. Im deutschsprachigen Raum wurde dieses Wort als ‚vegetarianisch‘ bzw. ‚Vegetarianer‘ übernommen. Hieraus entwickelten sich die späteren Kurzformen ‚vegetarisch‘ bzw. ‚Vegetarier‘ (vgl. Grube 2009, 23).

²² Die Auswirkungen dieser Verdrängungstaktik sind heute mehr denn je beobachtbar (vgl. Spencer 2016, 153). Die US-amerikanische Sozialpsychologin Melanie Joy widmet sich dieser in ihrem Werk „Why We Love Dogs, Eat Pigs, and Wear Cows: An Introduction to Carnism“ ausführlicher (vgl. Joy 2011).

²³ Eines der ersten Fertigprodukte war z. B. der Fleischextrakt von Justus von Liebig im Jahr 1852.

beförderten eine anwachsende Skepsis gegenüber der Nahrungsmittelindustrie (vgl. Ulmer 2001, 529). Auf diesem Nährboden wuchs schließlich der Wunsch nach einer naturbelassenen und dadurch als gesünder eingeschätzten Nahrung (vgl. Briesen 2010, 91). Strömungen wie die Lebensreformbewegung²⁴ und der organisierte Vegetarismus, die für eine alternative Ernährungslehre und für ‚natürlichere‘ Essgewohnheiten eintraten, versprachen dieses Ansinnen zu erfüllen (vgl. Wedemeyer-Kolwe 2017, 11–12).

Innerhalb der Lebensreformbewegung avancierte die vegetarische Ernährung zu einem der grundlegenden Themen. Kaum ein*e Reforme*r*in bekannte sich nicht zu einer naturgemäßen, naturbelassenen, einfachen und möglichst fleischfreien Kost²⁵, auch wenn dies in der damaligen Gesellschaft ein hohes Maß an Bereitschaft zum Verzicht verlangte (vgl. Fritzen 2016, 14).

Die bereits bestehende vegetarische Bewegung schloss wiederum an das breit gefächerte Feld der Lebensreformbewegung an. Vor allem griff die vegetarische Bewegung die gesundheitlichen Elemente der Ernährungsreform auf. Eine pflanzliche Ernährung sollte den Körper von den sogenannten Zivilisationskrankheiten befreien (vgl. Wedemeyer-Kolwe 2017, 45). Fortan begriffen sich Vegetarier*innen auch als Lebensreformer*innen. Gemeinsam mit anderen, vorwiegend deutschen und schweizerischen Reformbewegungen – wie die der Kleidungsreformer*innen, Abstinenzler*innen, Nudist*innen und Anhänger*innen der Naturheilkunde – wollten die Reformer*innen zur Verbesserung der gesamten Gesellschaft beitragen, und dies nicht mehr nur in moralischer, sondern auch in gesundheitlicher, sozialer und politischer Hinsicht (vgl. Briesen 2010, 95). Die reformerischen Leitlinien des alltäglichen Lebens drehten sich daher nicht nur um die Ernährungsweise, sondern umfasste weitere Prämissen: „aufs Land zu ziehen oder das Grün in die Stadt zu holen; sich viel im Freien zu bewegen, Licht und Luft an die Haut zu lassen“ (Fritzen 2006, 14). Der Körper sollte vom einschnürenden Korsett befreit, Alkohol und Tabakrauch gemieden werden (vgl. Baumgartner 2001, 381; Fritzen 2016, 14–15). Hieran wird deutlich, welch engen Bund der Vegetarismus mit den anderen Bewegungen der Lebensreform – wie beispielsweise der Naturheilkunde und der Kleiderreform – einging. Das Wohlergehen der Tiere war dadurch weit weniger zentral (vgl. Spencer 2016, 266).

²⁴ Die Lebensreformbewegung steht für das Netzwerk aus Vegetarier*innen, Kleidungsreformer*innen, Wohnungsreformer*innen, Abstinenzler*innen, Nichtraucher*innen, Nudist*innen und Anhänger*innen der Naturheilkunde. Der Slogan „Zurück zur Natur“ war leitend für die Lebensreformbewegung und verwies auf den Wunsch nach einer Reform hin zu einer sozialen Utopie, die im Kontrast zur kapitalistischen Industriegesellschaft stand (vgl. Briesen 2010, 91; Wedemeyer-Kolwe 2017, 11–12).

²⁵ „Da in der Regel Fleisch und Fleischwaren zwar ‚verboten‘ waren, Milchprodukte und Eier hingegen erlaubt, kann bei der Umsetzung der vegetarischen Küche im ‚Normalfall‘ von einem praktizierten Ovo-Lacto-Vegetarismus ausgegangen werden“ (Boje 2009, 72–73).

Die Reform, die den Vegetarier*innen beziehungsweise Lebensreformer*innen vorschwebte, setzte ‚im Kleinen‘ an: im persönlichen Alltag. Somit richtete sie sich in erster Instanz an das Individuum. Der dahinter stehende Glaubenssatz lautete: Wenn möglichst viele Menschen täglich dazu beitragen würden, könne das als ganzheitlich zu verstehende Ziel realisiert werden, das überfütterte, gesundheitsgefährdete und dekadente Zeitalter zu überwinden (vgl. Fritzen 2016, 14; Wedemeyer-Kolwe 2017, 45).²⁶

Um den Wunsch einer gesellschaftlichen Reform zu realisieren, waren die Vegetarier*innen um die Schaffung einer öffentlichen Sichtbarkeit bemüht. Diese wurde, wie für das 19. Jahrhundert üblich, vor allem über das Vereinswesen aufgebaut (vgl. Boje 2009, 72). Im Jahr 1847 schlossen sich in Manchester bereits mehrere englische vegetarische Vereine zur *Vegetarian Society* zusammen (vgl. Spencer 2016, 238). Der erste deutsche vegetarische Verein²⁷ entstand im Jahr 1867 unter dem Namen *Verein für natürliche Lebensweise* und wurde unter anderem von dem freireligiösen Pfarrer Eduard Baltzer (1814–1887) und dem Politiker Gustav Struve (1805–1870) ins Leben gerufen (vgl. Treitel 2017, 29). Aus heutiger Perspektive gehören außerdem Robert Springer, Theodor Hahn und Johann Wilhelm Zimmermann zu den ‚Propheten‘²⁸ des deutschen Vegetarismus (vgl. Krabbe 2001, 26).

Neben zahlreichen Vereinsgründungen boten die Vegetarier*innen Vorträge an und publizierten diverse Artikel, vor allem in eigenen Zeitschriften. Die Reden und Artikel sollten andere Menschen von der vegetarischen Lebensweise überzeugen und deutlich machen, dass der Vegetarismus mehr ist als eine fleischlose Ernährung (vgl. Spencer 2016, 254–255). Die Zeitschrift *Vegetarische Warte* erörterte den Vegetarismus in philosophischer, ethischer, ästhetischer, theosophischer und religiöser Hinsicht (vgl. Fritzen 2016, 26). Zusätzlich wurden positive Erfahrungsberichte gedruckt, in denen es – ähnlich wie in den später noch vorzustellenden gegenwärtigen Erzählungen auf Instagram – darum ging, wie viel gesünder und kraftvoller sich die Erzähler*innen dank ihrer veganen Ernährungsweise fühlten (vgl. ebd., 23). Auch diese Erfahrungsberichte begünstigten das steigende Interesse an vegetarischen Koch-

²⁶ Hieran zeichnet sich eine Parallele zum Veganismus des 21. Jahrhunderts ab: Auch unter den Veganer*innen des 21. Jahrhunderts ist der Wunsch nach einer gesellschaftlichen Reform zentral, wie sich in den später auszuführenden Fallbeispielen noch deutlicher zeigen wird. Genau wie die Lebensreformer*innen setzen die Veganer*innen des 21. Jahrhunderts auf „eine selbstständige bewusste Veränderung des Individuums, deren ‚Selbstreform‘ die gesamte Gesellschaft renovieren sollte“ (Wedemeyer-Kolwe 2017, 11).

²⁷ Gegen Ende des 19. Jahrhunderts entstand durch die Fusion der Vereine *Deutscher Verein für naturgemäße Lebensweise* und *Deutscher Vegetarier-Verein* der *Deutsche Vegetarier-Bund* (vgl. Krabbe 2011, 27). Als Schirmorganisation des weltweiten Vegetarismus wurde 1889 die *International Vegetarian Society* gegründet (vgl. Renschhausen & Wirz 2002, 101).

²⁸ Für eine genauere Betrachtung der Lebensläufe der ‚vegetarischen Propheten‘ (vgl. Barlösius 1997).

büchern. Neben Rezepten enthielten diese häufig zahlreiche weitere Tipps für einen vegetarischen Alltag, wie beispielsweise Hinweise zu Reformhäusern²⁹, Restaurants und Pensionen sowie Buchempfehlungen (vgl. Treitel 2017, 59) – hier zeichnet sich eine weitere Parallele zu den später zu analysierenden Instagram-Profilen ab.

Ob nun ein Leben lang oder lebensabschnittsspezifisch, ob konsequent oder phasenweise, die Vegetarier*innen des 19. Jahrhunderts werden in der Forschungsliteratur gerne als „jung, männlich, norddeutsch und protestantisch“ (vgl. Burhenne 2015, 135) beschrieben. In der damaligen Öffentlichkeit galt der ‚typische Vegetarier‘ als „der versponnene, quasi-religiöse Sektierer, der langhaarige, barfußige Sonderling in Sandalen und grobleinenem Gewand“ (Krabbe 2001, 27).

Mit diesem Status als Sonderling fand sich im Vegetarismus auch ein Medium sozialer Differenzierung. Die Abgrenzung erfolgte nicht nur zum Proletariat, sondern gleichfalls zu den wohlhabenderen bürgerlichen Schichten. Als Ausweis einer ethischen Lebensführung ist der Vegetarismus nämlich auch als eine Art Gegenbewegung zur – zeitgenössisch als ‚ignorant‘ geltenden – Bourgeoisie zu verstehen. Zugleich bot er ein Gegenkonzept zum etablierten karnivoren kulinarischen System des 19. Jahrhunderts, das eher hedonistisch orientiert war und insbesondere in der wohlhabenderen Küche des Bürgertums versinnbildlicht wurde (vgl. Meyer-Renschhausen & Wirz 2002, 94). Die Fähigkeit zur Fleisch-Enthaltbarkeit war entscheidender als der Verzicht auf den Fleischverzehr an sich: Dieser bot ein unverwechselbares Mittel der Außendarstellung und wies seinen Anhänger*innen ein gewisses kulturelles Kapital zu, welches „als Ausdruck ethischer Wertorientierung sowie kontrollierter Verhaltensweisen entziffert werden“ konnte (Boje 2009, 71). Vor allem den Mitgliedern des neuen städtischen Mittelstandes bot der Verzicht auf Fleisch ein mögliches Instrument für ihre „bürgerliche Vergesellschaftung“ (Prah & Setzwein 1999, 216).

2.3.4 Abspalten und Auflösen

Bis in das 20. Jahrhundert blieb das antimodernistische Lebensgefühl den Vegetarier*innen erhalten und drückte sich in einer anhaltenden, ablehnenden Einstellung gegenüber Technisierung und Industrialisierung sowie in der Forderung nach einer Rückkehr zur Natur aus. Trotz

²⁹ Um die in den Kochbüchern vorgeschlagenen Rezepte zuzubereiten, konnten Vegetarier*innen unter anderem in den zu dieser Zeit parallel entstehenden Reformhäusern einkaufen. Diese boten entsprechende Naturprodukte und zahlreiche Fleischersatzstoffe an (vgl. Burhenne 2015, 133). Wer nicht nur in der heimischen Küche vegetarisch speisen wollte, hatte Ende des 19. Jahrhunderts bereits eine Auswahl an vegetarischen Restaurants – zumindest in den Großstädten und Ballungsgebieten, insbesondere in den beiden vegetarischen Hochburgen Leipzig und Berlin (vgl. Fritzen 2016, 13–14; Treitel 2017, 62).

der wenigen tausend Mitglieder der vegetarischen Vereine waren die Vegetarier*innen mit eigenen Zeitschriften, Verlagen und Reformhäusern im öffentlichen Bewusstsein weiterhin als ‚Sonderlinge‘ präsent – vor allem in größeren Städten (vgl. Burhenne 2015, 137; Wedemeyer-Kolwe 2017, 34).

Doch spätestens in der Weimarer Republik reüssierte der ernährungswissenschaftliche Gedanke, dass der Verzicht auf Fleisch und Ei dem Körper zugutekomme. Die vegetarische Ernährung war allmählich in der Breite der Gesellschaft vorzufinden – damit ging die einst starke, sozial abgrenzende Wirkung einer vegetarischen Ernährung verloren (vgl. Fritzen 2016, 81). Ab diesem Zeitpunkt verschob sich der Fokus der vegetarischen Bewegung erneut. Moralische Überlegungen und die Schonung der Tierwelt rückten zurück in den Mittelpunkt, gesundheitliche Argumente traten in den Hintergrund. Im Zuge dessen löste sich der Vegetarismus von der Lebensreformbewegung. Doch die Fokussierung auf den tierethischen Aspekt – der angesichts der Gräueltaten von Menschen an anderen Menschen im Ersten Weltkrieg an Brisanz verloren hatte – ließ die Mitgliederzahlen der vegetarischen Vereine schrumpfen (vgl. Burhenne 2015, 139–140).

1935 standen die bereits ausgedünnten Vegetarier*innenvereine vor der Frage, ob sie sich unter dem Druck des Nationalsozialismus gleichschalten ließen oder auflösten – daran änderte auch der Vegetarismus (oder vielmehr Flexitarismus) Adolf Hitlers nichts. Die Nationalsozialisten verdächtigten „die auch auf internationaler Ebene organisierten Vegetarier [...] bolschewistisch, zumindest aber pazifistisch angehaucht zu sein. Außerdem war die eigene Ideologie der Vegetarier zu ausgeprägt, um einfach so geduldet werden zu können.“ (Fritzen 2016, 94) Schlussendlich löste sich die Mehrheit der wenigen verbliebenen vegetarischen Vereine auf. „Bei den Vegetariern kam die Frage nach Gleichschaltung oder kompletter Auflösung aber 1935 ohnehin auf dasselbe heraus, denn zu dieser Zeit war der organisierte Vegetarismus [...] in Deutschland faktisch schon tot.“ (ebd., 94)

Nach dem Zweiten Weltkrieg fand eine Wiederbelebung der vegetarischen Bewegung statt. Im Jahr 1946 bildete sich in Hannover ein neuer Verein: die *Vegetarische Union Deutschlands* (VUD). Diese Vegetarier*innen traten der ‚Fresswelle‘ der 1950er-Jahre und der Entwicklung des Fleisches hin zur Massenware entgegen (vgl. Hirschfelder 2005, 242). Sie kritisierten den bereits im 19. Jahrhundert begonnenen Prozess der Entfremdung zwischen dem Stück Fleisch auf dem Teller und dem ‚fleischgebenden‘ Tier. Auch die großen Mastanlagen, die Fleisch zu einem preiswerten und immer verfügbaren Produkt machten, kritisierten sie scharf (vgl. Frei & Groß et al. 2011, 64; Spencer 2016, 311).

2.3.5 Veganismus als ‚logische‘ Konsequenz

Im Zuge der modernisierten Landwirtschaft und der sich zuspitzenden Ausbeutung der Tiere kam schließlich der Veganismus als Fortführung des Vegetarismus auf. Der Ursprung lässt sich auf 1944 datieren. Donald Watson, ein britischer Tierrechtler, kreierte den Begriff *vegan* und gründete zugleich den ersten veganen Verein, die *Vegan Society*, im englischen Leicester. Watson erklärte, der Neologismus sei aus den ersten drei und den letzten beiden Buchstaben des Ausdrucks ‚vegetarian‘ abgeleitet. Die Wortneuschöpfung solle den konsequenten Verzicht auf sämtliche tierische Produkte und die logische Fortführung des Vegetarismus verdeutlichen (vgl. Hitzler & Niederbacher 2010a, 171).

Die in Deutschland seit den 1960er-Jahren langsam anlaufende Umwelt- und Ökologiedebatte lieferte der veganen und vegetarischen Bewegung neue Sympathisant*innen und Begründungen (vgl. Veiz 2015, 52). Nicht nur das Wohlergehen der Tiere in den Intensivtierhaltungen, sondern auch die Sorge um Umwelt und Gesundheit waren bedeutende Themen in der veganen wie der vegetarischen Bewegung. Damit schloss die Bewegung erneut an das antimodernistische Lebensgefühl des lebensreformerischen Vegetarismus an. Diskussionen rund um die Bedingungen der Tierzucht sowie die Frage, wieviel Eiweiß aus Pflanzen geliefert werden könne und ob Pflanzenkost generell die kostengünstigere Ernährungsweise darstelle, fanden schon in den Reformzeitschriften des 19. Jahrhunderts ihren Platz. Vor dem Hintergrund der Welternährungskrise, der tierfeindlichen industriellen Produktion und des wankenden Eiweißdogmas erhielten die von den Vegetarier*innen und Veganer*innen vorgebrachten Argumente nun eine neue gesellschaftliche Relevanz (vgl. Fritzen 2016, 137).

In den 1970er-Jahren folgte – vor allem in Großbritannien – eine Diskussion über den Status von Tieren im Vergleich zu Menschen (vgl. Grube 2009, 32). Der Tierschutzgedanke erfuhr eine historische Wende. Insbesondere Peter Singers Buch „Animal Liberation“ (vgl. Singer 1996 (engl. 1975), 1982) und Tom Regans Werk „The Case for Animal Rights“ (vgl. Regan 1983) verliehen der Diskussion eine neue Qualität: Peter Singer argumentierte mit dem Präferenzutilitarismus, demzufolge die Tötung eines Tieres nur dann zu rechtfertigen sei, wenn die Tötung einen Mehrwert für das Tier biete (zum Beispiel, wenn ein Tier leidet und die Tötung eine Erleichterung wäre). Tom Regan appellierte an die Menschen, dass auch Tieren Rechte zuerkannt werden müssten; sie hätten einen moralischen Anspruch darauf, ihr Leben nicht zum Nutzen anderer zu fristen (vgl. Ach 2018a, 20). Der erneuerte Diskurs über das Mensch-Tier-Verhältnis förderte die Tierrechtsbewegung, die sich in der Folge stärker von der Tierschutz-

bewegung³⁰ abgrenzte. Im Zuge dessen wurde die Forderung nach einem ethisch begründeten und tierleidfreien Lebensstil lauter (Wright 2015, 16). Die gesellschaftliche Diskussion über den ‚richtigen‘ Umgang mit Tieren erfährt eine Revitalisierung – und die in Großbritannien angelaufene Diskussion fand auch in Deutschland Resonanz.

Die revitalisierte tierethische Diskussion und das in den 1980er-Jahren erreichte Ausmaß an Gräueln in der Massentierhaltung (vgl. Fritzen 2016, 33) sowie mehrere Lebensmittelskandale gegen Ende des 20. Jahrhunderts – wie beispielsweise das Vorkommen von Salmonellen in Produkten aus Hühnerfleisch und BSE in Produkten aus Rindfleisch – schürten Angst und Skepsis der Konsument*innen gegenüber tierischen Lebensmitteln (vgl. Briesen 2010, 275). Auch das sich verbreitende Bewusstsein darüber, dass Überreste von Tieren zwecks ökonomischer Effizienz weiterverarbeitet und anschließend als Tierfutter benutzt werden, verstärkte den Wunsch nach vegetarischen Angeboten (vgl. Spencer 2016, 311).

Spätestens gegen Ende des 20. Jahrhunderts zeigte sich die allmählich veränderte Wahrnehmung fleischfreier – also vegetarischer – Kost auch im gastronomischen Raum. Immer häufiger erschienen fleischfreie Gerichte unter der Begrifflichkeit des Vegetarismus auf den Menükarten. Eine Vielzahl an rein vegetarischen Restaurants etablierte sich vor allem in den Städten (vgl. Boje 2009, 59). Daneben stieg die Zahl an vegetarischen und veganen Produkten, Reformhäusern und alternativen Bio-Läden (vgl. Burhenne 2015, 140–141). Auch vegetarische Kochbücher erfuhren eine steigende Beliebtheit. Fleischfreie Gerichte wurden zur Mode (vgl. Spencer 2016, 245).

2.3.6 Geachtet und verachtet?

Spätestens zu Beginn des 21. Jahrhunderts entwickelt sich der Vegetarismus zu einer möglichen Ernährungsweise unter vielen (vgl. Boje 2009, 60). Vegetarier*innen kommt zwar, da sich die

³⁰ Die Tierschutz- und die Tierrechtsbewegung sind als zwei getrennte soziale Bewegungen zu betrachten. Tierschützer*innen bemühen sich darum, ‚unnötiges‘ Leiden von Tieren zu vermeiden. Allerdings ist ‚notwendiges‘ Leiden nicht genau spezifiziert. Hinsichtlich der industriellen Tiernutzung beispielsweise positioniert sich der Tierschutz so, dass hier das Leiden der Tiere möglichst gering gehalten werden sollte, nicht aber gänzlich vermieden werden muss. Die Ausrichtung des Tierschutzes ist anthropozentrisch, die Interessen des Menschen am Tier stehen über den Interessen des Tieres. Hieran zeigt sich eine maßgebliche Unterscheidung zur Tierrechtsbewegung: Diese kritisiert eine solche anthropozentrische Haltung und den darauf aufbauenden Speziesismus. Tiere stuft sie als mit eigenen Interessen ausgestattete Wesen ein. Weiterhin werden die Interessen der Tiere mit den Interessen der Menschen gleichgesetzt oder zumindest sollten die Interessen der Menschen nicht per se mehr Gewicht erhalten. Um die Abkehr vom Speziesismus gesellschaftlich zu verankern, fordern Tierrechtler*innen fundamentale Rechte für Tiere auf gesellschaftlicher und politischer Ebene. Das Töten und das Quälen eines Tieres werden prinzipiell als falsch erachtet – es sei denn, dies geschieht im Sinne des Selbstschutzes. Deshalb bietet einzig eine vegane Lebensweise für Tierrechtler*innen einen moralisch vertretbaren Weg (vgl. Petrus 2018, 83).

Mehrheit der Bevölkerung omnivor ernährt (vgl. BMEL 2021), – noch immer eine Art ‚Sonderstatus‘ zu, doch eine vegetarische Ernährung ist weitgehend gesellschaftlich akzeptiert. Im Angesicht der medial präsenter werdenden ‚veganen Bewegung‘³¹ wirkt eine vegetarische Ernährung lange nicht so sonderbar wie eine vegane Lebensweise, die Einfluss auf das komplette alltägliche Handeln nimmt. Gleichzeitig boomen vegane Produkte im stark umkämpften Einzelhandel (vgl. Statista 2022a; Veggie World 2020). Vor allem in Großstädten oder Städten mit einem hohen Anteil an jungen Erwachsenen finden sich immer mehr vegane Ess- oder Einkaufsmöglichkeiten. Ob in Form von veganen Restaurants und Cafés oder Produkten im Supermarkt und in der Drogerie, die mit dem Vegan-Label gekennzeichnet sind – ein ‚veganes Lebensgefühl‘ lässt sich inzwischen vielerorts käuflich erwerben.

Gegenwärtig seien viele Deutsche „ein bisschen vegan“ (Fritzen 2016, 13), so schreibt es Florentine Fritzen in ihrem Werk *Gemüseheilige*.

„Auch Fleischesser lassen sich die veganen Falafel auf dem Street Food Markt schmecken und kochen zu Hause vegane Rezepte aus Zeitschriften nach. Einmal in der Woche wählen sie in der Kantine ‚ganz bewusst‘ das vegane Menü und entscheiden sich beim Bio-Kaffeeröster ihres Vertrauens für den Latte Macchiato mit Sojamilch. Wenn sie auf der Badeschaum-Flasche neben dem Label ‚Ohne Tierversuche‘ das ‚Vegan‘-Label entdecken, freuen sie sich, weil es Reinheit suggeriert – reine Inhaltsstoffe, reines Gewissen. Vielleicht schlendern sie sogar über die vegane Messe ‚Veggie World‘, wenn die in ihrer Stadt gastiert. Dort finden sie die wirklich Überzeugten an den Ständen aber wiederum doch etwas arg exotisch.“ (ebd., 13)

In diesem Zitat klingt bereits an, weshalb vegane Produkte boomen. Durch den gesellschaftlichen Diskurs um den Veganismus erscheinen vegane Produkte als eine Art ‚Allheilmittel‘. Das Vegan-Label suggeriert den Verbraucher*innen, dass sie stets die bessere Wahl treffen, wenn sie sich für ein veganes Produkt entscheiden. Diese Wahrnehmung ergibt sich aus einer Vielzahl an ungelösten Problemen im Bereich des Umwelt-, Gesundheits- und Tierschutzes. Die täglich bedrohlicher werdenden Krisen stellen den anthropozentrischen, ausbeuterischen Umgang mit der Natur und den damit eng verwobenen Überkonsum an tierischen Produkten infrage – ob es sich nun um die Klimakrise oder um durch Zoonosen hervorgerufene Pandemien wie die Covid-19-Pandemie handelt. Insbesondere ökologische Gründe, die zuletzt in Form von *Fridays-for-Future*-Demonstrationen stärker öffentlich Verbreitung und Anerkennung fanden

³¹ Am 15. Mai 2007 wird das Wort ‚Veganismus‘ auf der Internetseite des Dudens als ‚Wort des Tages‘ verkündet.

und mehr Menschen zum Nachdenken anregen, dürften zu einer stärkeren Befürwortung einer pflanzenreicheren Kost führen. Wer von einer umweltfreundlicheren Naturnutzung, von der Bekämpfung des Klimawandels und der Nutzung erneuerbarer Energien spricht, sollte laut dem selbst ernannten Gastrosophen Harald Lemke akzeptieren, dass die konkrete Bedeutung dieser abstrakten Begriffe „auch im täglichen Umgang mit Treptower Rübchen und Selleriepüree oder Tomaten-Schaumbrot mit kandiertem Gemüse“ steckt (Lemke 2014, 70–71).

Wie virulent das ökologische Argument ist, zeigt sich auch daran, dass die Frage nach dem richtigen Umgang mit der Natur überall auftaucht. Der für seine gesellschaftlichen und politischen Spitzen geschätzte deutsche Kabarettist Hagen Rether weist in seinem Programm von 2015 beispielsweise auf das gleiche Problem hin:

„Wenn es kein Fleisch mehr gibt, dann ess‘ ich halt Veganer. [...] Der Witz funktioniert eine Sekunde und danach wird’s bitter. Was hinterlassen wir unseren Kindern in dreißig, vierzig Jahren? Hier habt ihr einen Wüstenplanet und einen lustigen Veganerwitz, jetzt guckt, was ihr draus macht.“ (Rether 2015)

Neben ökologischen Gründen wächst durch die seit dem Jahr 2000 anhaltende Flut an medialer Aufklärung auch das Wissen um die Vielzahl an Problemen, die tierischen Nahrungsmitteln anhaftet. Da wären zunächst die tierethischen Probleme in der Intensivtierhaltung. Die große Mehrzahl der Nutztiere führe ein „erbärmliches Leben“ (Ach 2019, 53) vor der Schlachtung. „Die Bedingungen, unter denen heute Fleisch, Milch und Eier produziert werden, machen Millionen Nutztiere systematisch krank und sind für diese mit gravierenden Schmerzen und Leiden verbunden.“ (ebd., 53) In den meisten Mastbetrieben werden die Grundbedürfnisse der Nutztiere standardmäßig missachtet, manche Intensivtierhaltungen geraten gar unter Schlagwörtern wie ‚Qualzuchten‘ in die Medien (vgl. PETA 2022a). In gesundheitlicher Hinsicht wären hier die zahlreichen Lebensmittelskandale wie das sog. ‚Gammelfleisch‘, die Rinderseuche BSE, das sog. Separatorenfleisch, die Fipronil- oder Salmonellen-Eier und die diversen Antibiotikaskandale zu nennen, die tierischen Produkten ein gesundheitsabträgliches Image verleihen (vgl. PETA 2022b). Darüber hinaus verstärken auch Studien zu den negativen gesundheitlichen Auswirkungen einer tierproduktlastigen Ernährungsweise die Verunsicherung der Verbraucher*innen. Insbesondere rotes, industriell verarbeitetes Fleisch steht in der Kritik, da es beispielsweise das Risiko für Schlaganfälle, koronare Herzerkrankungen, Dickdarmkrebs und Diabetes mellitus Typ zwei erhöhen soll (vgl. DGE 2022). Auch das der Milch anhaftende Image als wertvoller Kalziumlieferant für die Erhaltung gesunder Knochen ist im 21. Jahr-

hundert nicht mehr eindeutig: Für die einen ist Milch gesund, für andere ein Allergietreiber – und Laktose abträglich für die Darmgesundheit (vgl. Quarks 2020).

Bei den Verbraucher*innen führt all dies zu einer „Pluralität ernährungsbezogener Risikowahrnehmung“ (Brunner 2011, 213). Die unbedarfte Beziehung zu Fleisch, Milch und Eiern gerät weiter ins Wanken. Die Komplexität der Frage nach einer gesunden sowie gleichzeitig ethisch und ökologisch korrekten Ernährung überlastet jedoch viele Verbraucher*innen (vgl. Winterberg 2015, 22–23). Vegane Produkte oder gar eine strikte vegane Ernährung stellen hier der*dem nach einer Antwort suchenden Verbraucher*innen eine allumfassende Lösung in Aussicht.

Selbst ‚Routinetätigkeiten‘ wie Einkaufen und Konsumieren stellen sich heute als Politikum dar. Die ökosoziale Dimension des eigenen Konsumverhaltens rückt in den Fokus (vgl. Ullrich 2017, 17). Es macht sich eine neue, alle Lebensbereiche durchdringende Verantwortungsethik breit, die „dem eigenen Handeln (im Sinne von Konsum) gesellschaftsverändernde Wirkungen attestiert“ (Boje 2009, 80). Dadurch kommen dem Kaufen und auch dem Vorzeigen erworbener Produkte eine große Bedeutung zu. Bewusstes Konsumverhalten gehört heute „zum guten Ton“ (ebd., 80) und „hilft dem Lebensästheten bei der Abgrenzung von der Masse, adelt den Auszeichnungsbewussten durch Luxus-Labels und hilft den Unsicheren mit Markenstandards.“ (Busse 2006, 24)

Dieser gesellschaftliche Rahmen ist auch dafür verantwortlich, dass die oftmals modern designten veganen Produkte nicht nur vegan lebende Personen zum Kauf animieren – dann wäre der Absatzmarkt auch deutlich geringer –, sondern alle Personen, die sich vitaler, gesünder und moralisch korrekter fühlen möchten.

Die bisherigen Ausführungen könnten die Schlussfolgerung nahelegen, dass sich ein merklicher Rückgang beim Konsum tierischer Produkte verzeichnen lässt und der Blick auf Deutschland zeigt: Der Konsum von Fleisch- und Wurstprodukten geht tatsächlich etwas zurück, auch wenn der weltweite Fleischkonsum weiter anwächst (vgl. Heinrich-Böll-Stiftung 2021; Statista 2022b). Milchprodukte sind bei den Deutschen laut dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft nach wie vor sehr beliebt. Die Zahl der Veganer*innen nimmt zwar stetig zu, liegt aber innerhalb der deutschen Bevölkerung immer noch bei ungefähr zwei Prozent (vgl. BMEL 2021). Die Mehrheit der Bevölkerung beharrt auf ihren bisherigen Ernährungsgewohnheiten. Persönliche Konsequenzen scheinen, zumindest mit Blick auf die tägliche Ernährung, meist ausbleiben, obwohl die Verantwortung für Umwelt und Natur vielerorts diskutiert wird (vgl. Lemke 2014, 55–56). Diese Beharrungstendenz zeigt sich auch daran, dass die Dis-

kussionen um eine vegane Ernährung oder ein oft von Fleischessern proklamiertes ‚Recht auf Fleisch‘ nach wie vor zu emotionalen Auseinandersetzungen führen.

2.3.7 Geschmackskonservatismus

Wie lässt sich dieses Beharren trotz der allseits bekannten Probleme, Risiken und Krisen erklären? Aus Sicht der Kulturanthropologie sind diese Tendenzen mit dem sogenannten *Geschmackskonservatismus* zu erklären (vgl. Tolksdorf 2001, 147). Grundsätzlich ist der Mensch zwar frei in der Wahl seiner Nahrungsmittel, tatsächlich folgt er aber als Kulturwesen gesellschaftlich vorgezeichneten Mustern: Traditionen, Normen und Moralvorstellungen, die er im Rahmen von Sozialisations- und Enkulturationsprozessen erlernt hat, schreiben sich in den jeweiligen Habitus eines Menschen ein und leiten dann die alltägliche Speisewahl (vgl. Hirschfelder & Lahoda 2012, 148). Wie und welche Lebensmittel erworben, zubereitet und verspeist werden und welche Vorstellungen Einzelne bei ihren Ernährungspraktiken anleiten, hängt neben individuellen Geschmackspräferenzen wesentlich von verinnerlichteten sozialen und kulturellen Faktoren ab, die sich nicht so einfach abstreifen lassen – sogar wider besseres Wissen (vgl. Trummer 2015, 66). Die kulturelle Codierung gibt vor, dass zu einer ‚normalen‘ Ernährung immer noch tierische Produkte gehören. Eine tierproduktfreie Ernährung wird deshalb weiterhin als abnormal eingestuft, da sie vorherrschenden Normen widerspricht – dem ‚bitteren Beigeschmack‘ tierischer Produkte zum Trotz.

Neben dem Geschmackskonservatismus mag das Beharren auf den Verzehr tierischer Produkte auch daran liegen, dass der im 21. Jahrhundert lebende Mensch mit den tierischen Produkten auf seinem Teller kaum noch das fleisch-, milch- oder eiegebende Tier verknüpft, sondern sie als alltägliche Grundnahrungsmittel empfindet, an die er gewöhnt ist, und die er deshalb zu einer ‚normalen‘ Ernährungsweise dazuzählt (vgl. Hirschfelder & Lahoda 2012, 162). Aus einer weniger wohlwollenden Perspektive wäre weiterhin denkbar, dass manchen Menschen schlichtweg das Leiden von Tieren egal ist.

Weiterhin bedeutet die Umstellung auf eine vegane Ernährung zunächst einen höheren Aufwand in vielerlei Hinsicht. Für Veganer*innen ist das kulinarische Angebot außerhalb der eigenen Küche durchaus begrenzt, daher müssen mehr Mahlzeiten in der heimischen Küche vor- und zubereitet werden. Bestellungen im Restaurant werden mitunter komplizierter. Auch bestehende Routinen im Einkaufs- und Essverhalten bedürfen einer Anpassung. Neben der dafür aufzubringenden Zeit bedarf es weiterhin auch der finanziellen Möglichkeit, sich die veganen Produkte leisten zu können, vor allem wenn auf vegane Ersatzprodukte zurückgegriffen wird, die im Vergleich zu tierischen Produkten häufig teurer sind (vgl. WWF 2021). Da die Zu-

bereitung in der eigenen Küche nach wie vor nicht zu den gesellschaftlichen Selbstverständlichkeiten unserer Zeit gehört, sondern die ohnehin knappe Freizeit für andere Dinge und Tätigkeiten reserviert ist, werden Geld und Zeit häufig für andere Konsumgüter verwendet (vgl. Hirschfelder 2005, 256). Harald Lemke kritisiert, „dass die allermeisten Haushalte über eigentlich genügend Wohlstand verfügen, um sich gutes Essen leisten zu können – falls es ihnen finanziell und zeitlich wert wäre.“ (Lemke 2014, 64) Doch die Mehrheit der Deutschen verbringe ihre freie Zeit lieber „nicht in der Küche und nicht mit Essenmachen, sondern im Umgang mit Dingen der Unterhaltungsindustrie und am meisten immer noch mit Fernsehen.“ (ebd., 64)

Ein freiwillig gewählter Boykott tierischer Produkte kommt in Deutschland im Verhältnis sehr selten vor. Gleichwohl ist der Veganismus ein gesellschaftlich omnipräsentes Thema. Für die wenigen Veganer*innen innerhalb Deutschlands bedeutet dies, dass ihnen immer noch ein Sonderstatus zukommt, der mit einer etwaigen ideologischen Enge und einem Dogmatismus verbunden wird – und weil er die Insignien einer umsetzbaren Verantwortungsethik gegenüber der gesamten Umwelt trägt, ein Konfliktpotenzial birgt.

Im öffentlichen Diskurs wird anhaltend darüber gestritten, ob die Verantwortung überhaupt auf den Schultern der Verbraucher*innen lasten sollte oder ob sie hauptsächlich aufseiten der Produzierenden und der Politik zu suchen ist. Die Verantwortungsentlastung des einzelnen Verbrauchers würde bedeuten, dass der Verzehr tierischer Produkte weiterhin vertretbar wäre, da ein Boykott tierischer Produkte ohnehin nicht für eine gesellschaftliche Änderung ausreichen würde. Weiterhin wird argumentiert, dass nicht von allen Menschen erwartet werden könne, sich ausnahmslos ethisch korrekt zu ernähren – allein, weil dies eine umfassende Auseinandersetzung mit der Thematik voraussetzt. Am anderen Ende des Argumentationsspektrums findet sich die Argumentation, dass Verbraucher*innen sehr wohl in der Lage seien, ihr Ernährungsverhalten zu ändern – und umso eher wären Politik und Wirtschaft bereit, bestehende Strukturen entsprechend neu zu justieren (vgl. Lemke 2014, 53).

Die historisch gewachsenen Gründe, die für eine vegane Lebensweise sprechen, spitzen sich im Zeitalter des Anthropozän zu. Der Veganismus rückt mit seinen grün-alternativen Visionen mehr denn je in den gesellschaftlichen Fokus. Doch was genau bedeutet und beinhaltet die Entscheidung für einen veganen Lebensstil im 21. Jahrhundert für das einzelne Individuum? Welche Hoffnungen, Wünsche und Erfahrungen sind damit verknüpft?

3 Selbsterzählungen auf Instagram

Nun geht es in dieser Arbeit also um die Analyse und Auswertung unterschiedlicher Selbsterzählungen von Veganer*innen. Doch was ist eigentlich unter dem Begriff der *Selbsterzählung* zu verstehen und warum ist nicht vom Subjekt die Rede? Die folgenden Kapitel erläutern den Begriff des Selbst und liefern damit den notwendigen Kontext zur späteren Analyse der virtuellen Selbsterzählungen. Erwähnt sei hier auch, dass der Zuschnitt auf das Selbst nicht zuletzt dem Graduiertenkolleg „Ethnographien des Selbst“ an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz geschuldet ist, in dessen Rahmen diese Arbeit gefördert wurde. Die folgenden Kapitel fußen also auch auf der interdisziplinären Auseinandersetzung innerhalb des Mainzer Graduiertenkollegs.

3.1 Vorstellungen vom Selbst

„Das ‚Selbst‘ ist eine ausgesprochen eigenartige Idee, dem Verstand intuitiv einleuchtend, aber dem präzisen Philosophen notorisch entgleitend.“

(Kraus 2007, 27)

Seit längerem schon wächst, nicht nur in kulturwissenschaftlichen Fächern, das Interesse an Selbstzeugnissen, Selbstinszenierungen, Selbsttechniken sowie Selbstoptimierungen, und diese Liste ließe sich durchaus noch erweitern. Immer häufiger taucht das *Selbst* als Vorsilbe, als verheißungsvolles Substantiv (vgl. Woltersdorff 2012, 179) oder als theoretisches Konzept in kulturwissenschaftlichen Arbeiten auf. Es scheint, als sei das Selbst ein leuchtender „Stern am Theoriehimmel“ (Richter 2013, 21) und laufe dem *Subjekt* allmählich seinen Rang ab.

Da im Diskurs um das Selbst wenig semantische Einstimmigkeit herrscht, halte ich es für angebracht, selbst eine Definition im Zuge dieser Arbeit vorzunehmen und den Begriff zu schärfen – denn wie Günter Burkart treffend formuliert: „Wo der eine Autor vom Selbst spricht, verwendet ein anderer den Subjektbegriff. Darüber hinaus sprechen manche von Identität, wo andere das Selbst thematisieren.“ (Burkart 2006b, 17)

Was ist nun dieses Selbst? In unserer alltäglichen Sprache verwenden wir das Wort ganz ungezwungen, ohne zu spezifizieren, wovon explizit die Rede ist (vgl. Reinhardt 2006, 15). Werden wir im Alltag gefragt, was unter dem Selbst zu verstehen ist, dann zeigen wir als Antwort auf uns selbst, verweisen also auf die Person als Einheit. Auch in Gesetzestexten wird der Begriff, wenn es beispielsweise um Konzepte wie Verantwortung oder Privatheit geht, ganz

selbstverständlich verwendet (vgl. Kraus 2007, 27). Sogar in wissenschaftlichen Texten klammert die oftmals knappe oder sogar ausgesparte Begriffserläuterung die breite wissenschaftliche Debatte und folglich das komplexe begriffliche Dickicht unterschiedlicher Definitionen und Theoreme hinter diesem schillernden Begriff aus (vgl. Eck 2011, 23).

Ein Blick in facheigene sowie fachfremde Literatur liefert diverse Antworten mit unterschiedlichen Nuancierungen – stets in Abhängigkeit von den Forschungsinteressen und dem Handwerkszeug der jeweiligen Disziplin, von der Entstehungsphase und deren Zeitgeist. Als Substantiv bezeichnet der Begriff ein ideengeschichtlich recht junges Konzept, das erst seit dem 18. Jahrhundert Verbreitung gefunden hat (vgl. Schönflug 2017). In der Antike, im Mittelalter oder in der frühen Neuzeit war in der Regel nicht das Selbst, sondern das Subjekt Gegenstand der Reflexion, auch wenn die teils epochenspezifischen Theoriesetzungen im Einzelnen bereits Teilaspekte dessen berühren, was heute im Begriff des Selbst gebündelt wird (vgl. Gebauer & König et al. 2012, 8).

Erste psychoanalytische Grundlagen für das moderne Selbst lieferte Sigmund Freud mit seiner Differenzierung des *Es*, *Ich* und *Über-Ich*; essenzielle philosophische Annäherungen finden sich beispielsweise in Martin Heideggers Abhandlungen zur Rückführung des menschlichen Daseins auf das Selbst; und spätestens seit George Herbert Meads Unterscheidung zwischen *I* und *Me* steuert auch die Soziologie wertvolle Überlegungen zur individuellen Selbst-Konstruktion des menschlichen Subjekts bei (vgl. Prisching 2009, 10–11). Marcel Mauss und Clifford Geertz gaben der Diskussion den wichtigen kulturwissenschaftlichen Impuls, dass das Selbst immer als historisch und kulturell geprägte Kategorie verstanden werden müsse. Das Selbst sei nur eine unter vielen möglichen Vorstellungen vom Zentrum des Bewusstseins (vgl. Geertz 1984; Mauss 1985; Richter 2013, 22–24). Jede Antwort darauf, was unter dem ‚Selbst‘ zu verstehen ist, ist also notwendigerweise vom Kontext und folglich der eigentlichen Fragestellung abhängig. Auch deshalb halte ich es für unerlässlich, meine kulturanthropologische Lesart des Konzepts zu erörtern und darzulegen, wie der Begriff in dieser Arbeit verstanden und gelesen werden soll³².

32 Hieran anschließend könnte die Frage gestellt werden, ob eine klare wissenschaftliche Definition überhaupt einen Mehrwert bietet, oder ob es womöglich der falsche Ansatz ist, „schillernden Begriffen das Schillern auszutreiben“ (Kraus 2000, 124). Genau das könne, folgt man dem Psychologen Wolfgang Kraus, dem Begriff des Selbst seine Qualität nehmen, „nämlich einen Diskursort zu benennen, an dem sich viele Diskurse bündeln, auch wenn dies um den Preis von Unschärfe geschieht“ (ebd., 124). Ich schließe mich gleichwohl den Überlegungen Isabel Richters an, dass es durchaus nützlich (bzw. nach Richter unabdingbar) ist, bei der Verwendung des Begriffs des ‚Selbst‘ zu spezifizieren, was unter diesem Begriff zu verstehen ist (vgl. Richter 2013, 30).

Der Begriff *Selbst* kann zunächst in die Irre führen, da die Substantivierung nicht als Subjektivierung missverstanden werden darf: Handelt es sich bei einem Substantiv um ein unabhängiges Wort, eine Bezeichnung, die strukturell abgeschlossen und semantisch autark ist, existiert das Bezeichnete, das Selbst, nur in Abhängigkeit von einem sich reflektierenden Bewusstsein. Das Selbst ist folglich das Ergebnis einer Handlung, es ist das passive, nur in Abhängigkeit existierende Objekt, reflexives Konstrukt des sich auf sich selbst beziehenden Bewusstseins. Erst wenn das Individuum in Distanz zu sich selbst tritt, sich als ein Anderes wahrnehmen kann, kann es sich selbst beobachten, reflektieren und dadurch ein Selbst-Bewusstsein entwickeln (vgl. Burkart 2006b, 18; Reinhardt 2006, 10). Macht das Subjekt sich also selbst zum Gegenstand der eigenen Wahrnehmung, dann kann dieses sehr spezielle Objekt der Wahrnehmung als Selbst benannt werden (vgl. Kraus 2000, 122). Betrachtet man die Fülle der bereits eingangs angeführten Komposita, tragen diese den Selbstbezug sprachlich in sich: Selbsterkenntnis, Selbstreflexion, Selbstinszenierung, Selbsterfahrung etc. (vgl. Gebauer & König et al. 2012, 8).

Im Vergleich zum Begriff des Subjekts hebt der Begriff des Selbst also den fragmentarischen Aspekt hervor, wohingegen das Subjekt eher als eine Einheit verstanden wird. Ersteres ist ein Ergebnis kritischer Reflexion, Letzteres der Träger konkreter Handlung: Das Selbst entsteht gewissermaßen aus der Auseinandersetzung des Subjekts mit seiner inneren Struktur und Bedingtheit. Dieses Selbst setzt sich zusammen „aus [Erinnerungs- und] Erfahrungsteilchen, aus Beziehungen zu anderen und aus Internalisierung sozialer Prozesse.“ (vgl. Kraus 2000, 155) Es kommt als Summe aus Erinnerungen und Erfahrungen zum Ausdruck, ist aber nicht als fester Kern zu verstehen oder als ein Ding, welches ein Mensch besitzt oder hat, sondern als situativ geprägt, prozedural flexibel. Das Selbst muss also als etwas Flexibles, Elastisches verstanden werden, da es – in Abhängigkeit seines Kontextes – unterschiedlich geformt und gestaltet ist (vgl. Hannover 2012, 25; König 2012, 41; Nünning 2013, 17; Floridi 2015, 88). Ein ‚vollständiges Selbst‘ wäre per se widersprüchlich und kann daher niemals adäquat abgebildet, geschweige denn analytisch rekonstruiert werden.

3.2 Selbsterzählungen

„Wir kommen dazu, uns zu erkennen, indem wir das Medium der Erzählung verwenden.“

(Kraus 2007, 27)

Dem Philosophen Wilhelm Schapp (vgl. Schapp 1953) zufolge entsteht das Selbst erst im Prozess der *Selbsterzählung* eines Menschen. Das Selbst ist also Gegenstand *und* Ergebnis seiner Selbsterzählung. Auch aus kulturwissenschaftlich-ethnologischer und psychologischer

Perspektive kann das Selbstbild als eine narrative Konstruktion verstanden werden (vgl. Meyer 2017, 127). Kurt Ranke führte hierfür 1967 den Begriff des *homo narrans*³³ in die Erzählforschung ein und beschrieb damit einen Menschen, der sich in seinen Erzählungen selbst konstituiert sowie im Erzählen seine Interpretation der Welt formuliert (vgl. Lehmann 2007b, 9). Selbsterzählungen drehen sich, wie das Wort bereits impliziert, um die Person des Erzählenden, sind also selbstreferentiell und „dabei eine vielleicht einmalige Melange aus Selbstdistanzierung und emotionaler Verstrickung des (oder der) Erzählenden ins Erzählte.“ (Straub 2013, 79) In der Selbstnarration bezieht der*die Erzählende selbst-relevante Ereignisse auf einer imaginären Zeitachse aufeinander und reflektiert damit stetig über sich selbst (vgl. Kraus 2000, 171).

„Gerade der (von) sich erzählende Mensch kann in einzigartiger Weise bei sich sein und seinem inneren Erleben, seinem Denken, Fühlen, Wünschen, Wollen und Handeln Ausdruck verleihen. Zugleich schafft dies erst die Voraussetzung dafür, dass sich eine Person von sich selbst [...] entfernen, sich von sich distanzieren und sich selbst [quasi als Objekt] beobachten kann. Eine jede Person kann sich, so scheint es, tatsächlich selbst erzählen und gerade dadurch kennenlernen und erkennen.“ (Straub 2013, 103–104)

Mittels Selbsterzählung kann es der*dem Einzelnen gelingen, für sich selbst versteh- und handhabbare Zusammenhänge zwischen vorerst disparaten, kontingenten Ereignissen und Handlungen zu schaffen. Solch strukturierende sowie kompensatorische (Selbst-)Erzählungen können Personen dazu dienen, ihr Verhältnis zu sich selbst zu organisieren und es als bedeutungsvoll auszulegen (vgl. ebd., 93). Indem Selbsterzählungen also einen kontinuieritäts- und kohärenzstiftenden Zusammenhang generieren, können Pluralität und Widersprüchlichkeit im jeweiligen Moment aufgelöst und zu einem, aus der Sicht des Individuums, stimmigen Ganzen zusammengefügt werden (vgl. Kraus 2000, 159; Meyer 2017, 95).³⁴

Zu finden sind Selbsterzählungen nicht nur in der Wiedergabe einer in sich geschlossenen Lebensgeschichte, wie sie beispielsweise durch das biografische Interview evoziert wird, sondern auch in Form von *Small Stories* (vgl. Kraus 2007, 26). Die *Small Stories*, wie ich sie hier

33 Für ausführlichere Ausführungen zum Begriff des *homo narrans* vgl. Lehmann 2007b.

34 Albrecht Lehmann identifiziert außerdem folgende Funktionen: Individualisierung, Solidarisierung, Selbstberuhigung und Rechtfertigung (vgl. Lehmann 1978). Zum einen wollen Erzähler*innen die Einzigartigkeit ihrer Erfahrung schildern, sich zum anderen aber auch mit einer bestimmten Gruppe solidarisieren beziehungsweise verbünden. Die Funktion der Selbstberuhigung und Selbst-Rechtfertigung komme vor allem dann zum Einsatz, wenn die eigenen Erfahrungen in irgendeiner Weise problematisch seien, um also das gestörte Selbstwertgefühl aufzuwerten (vgl. Meyer 2017, 106). Für eine ausführliche fachgeschichtliche Einordnung der Erzählforschung vgl. ebd.; Sutter 2013.

verstehe, umfassen ein breites Spektrum an Formen und Praktiken des alltäglichen Erzählens über unterschiedliche Facetten des individuellen Lebens (vgl. Puschmann & Heyd 2012, 174; Schneider 2017, 116). Träger*innen dieser Erzählungen können sowohl die mündliche sowie geschriebene Sprache, das stehende oder bewegte Bild, Gestik und Mimik, Gegenstände und Dinge, als auch das Zusammenspiel all dieser Ausdrucksformen sein (vgl. Koschorke 2013, 9; Richter 2013, 33). Somit finden sich auch auf Social-Media-Plattformen wie Instagram zahlreiche Selbsterzählungen in Form von Small Stories, auf die später noch genauer eingegangen wird.

Nun sind freilich nicht nur wir selbst Adressat*innen unserer Selbsterzählungen, sondern ebenso unser soziales Umfeld (vgl. Fröhlich 2018, 93). „Erzählen zielt in zwei Richtungen, nämlich nach innen und nach außen.“ (Meyer 2017, 104) Ohne Adressat*innen könne sich das Selbst auch gar nicht vollständig konstituieren (vgl. Ehlich 1980, 20). In der öffentlichen Artikulation und Manifestation – zum Beispiel via Instagram – wird der eigene Selbstentwurf erst auf den Prüfstand gestellt (vgl. Bublitz 2010, 222). Soziale Interaktionen sind wie ein Spiegel, der das Bild der eigenen Person reflektiert³⁵ (vgl. Hahn 1987, 9–10; Stürmer 2016, 53–54). Deshalb betrachtet sich das Individuum immer auch mit den Augen eines generalisierten Anderen (vgl. Mead 1973) und versucht den Eindruck, den er*sie erzeugt, zu steuern (vgl. Lehmann 2009, 62–63). Das Selbstbild formt sich also darüber, „was einem von anderen über die eigene Person gesagt wird“, und wird zugleich beeinflusst durch das Bild, „das man vor anderen abgeben möchte“ (vgl. Floridi 2015, 88).

Da die Selbstnarrationen im gesellschaftlich-öffentlichen Raum geschehen, sind Selbstthematisierungen unvermeidlich eingebunden in die kulturellen Normen- und Wertesysteme dieses Raums. Die kulturellen Normen und Werte werden in der reflexiven Rückwendung auf sich selbst angeeignet, verinnerlicht und sichtbar verkörpert (vgl. Lehmann 2007b, 10). Daher lassen sich Selbsterzählungen auch als Trägerinnen von kollektiven Werthaltungen sowie Handlungsmaximen analysieren (vgl. Meyer 2017, 97).

Zwei letzte Überlegungen seien noch angefügt: Wir erschließen uns selbst zwar durch den (symbolischen) Blick des Anderen, da wir jedoch nie wissen, was andere *wirklich* über uns denken, verkennt beziehungsweise verfehlt das Individuum notwendigerweise die Perspektive des Anderen (vgl. Bublitz 2006, 121; Lehmann 2007b, 11). Vielmehr sehen wir uns so, wie wir

35 Die Metapher des Spiegels taucht schon bei Charles Cooley in seinem Begriff vom *looking-glass-self* (Spiegel-Selbst) auf (vgl. Cooley 1902).

glauben, dass andere uns sehen³⁶, können uns hierbei aber niemals sicher sein (vgl. Stürmer 2016, 54) – „es ist trotzdem *mein* Mich-Sehen, wenn ich auch alles daranzusetzen versuche, ihrem Blick auf mich so nah wie möglich zu kommen.“ (Floridi 2015, 105)

Die zweite Überlegung ist, dass Selbsterzählungen notwendigerweise immer auf einer Selektion aus den eigenen Erfahrungen basieren (vgl. Hahn 1987, 15) – das Leben kann „in seiner Komplexität ohne Reduktionen nicht reflektierend rekonstruiert und erzählend dargeboten werden“ (Lehmann 1983, 22). Wir bündeln Ereignisse nach subjektiven Maßstäben im Gedächtnis zu einem für uns stimmigen Bild. Jene Selektion fängt sogar schon bei unserer Wahrnehmung an, denn die Flut an Reizen, die auf uns einwirken, sind in ihrer Fülle überhaupt nicht registrier- und verarbeitbar (vgl. Lehmann 2007b, 54).

Es lässt sich festhalten: Die Selbsterzählung ist eine auf das Gegenüber bezogene Konstruktion und daher immer eine auf eine spezifische Situation beziehungsweise einen konkreten Zweck ausgerichtete Montage (vgl. Welzer 2005, 213). Sie erfolgt stets im Kontext ihrer gesellschaftlichen Bedingungen, ist historisch und kulturell geprägt (vgl. Richter 2013, 24). Darüber hinaus ist der Akt des Erzählens immer in der Gegenwart (und der imaginierten Zukunft) verhaftet, die Erlebnisse sowie Erfahrungen der Vergangenheit werden vor dem Eindruck der Gegenwart aktualisiert und (re)strukturiert (vgl. Fröhlich 2018, 76; Rasche 2002, 107). Sowohl Vergangenheit und Gegenwart als auch die Zukunft bestimmen folglich den Prozess der Selbsterzählung im jeweiligen Hier und Jetzt. Selbsterzählungen sind letztlich ein Produkt der Gegenwart und keine getreue Aufzeichnung dessen, was war (vgl. Greve 2017, 71; Lehmann 2007b, 50–58). Als Produkt der Gegenwart sind sie für die Kulturanthropologie allerdings eine besonders aufschlussreiche Quelle „für die Rekonstruktion komplexer Wissens- und Deutungssysteme der Erzähler/innen in Bezug auf sich selbst und ihre Lebenswelt“ (Schwabbe 2013a, 20).

3.3 Kontext gegenwärtiger Selbsterzählungen

„Der Mensch ist das, was er aus sich selbst macht; denn er ist frei, sich selbst zu gestalten und zu formen, und daher hat er diese Freiheit zu nutzen.“

(Roth 2015, 278)

36 Selbst wenn der Mensch tatsächlich in der Lage wäre, sich vollständig so zu sehen, wie Andere ihn wahrnehmen, wäre er dennoch mit sehr unterschiedlichen Wahrnehmungen seiner Selbst konfrontiert. Da jede*r Andere durch eine ‚andere Brille‘ auf die Welt und damit auch auf einzelne Personen blickt.

Bei der Beschäftigung mit gegenwärtigen Selbsterzählungen muss klar sein, in welchem Kontext die virtuellen Selbsterzählungen entstehen. Der historischen Betrachtung des Veganismus ist deshalb ein eigenes Kapitel gewidmet – im Folgenden wird speziell auf die Hintergründe des *fragmentarischen Selbst* der Gegenwart eingegangen. Weiterhin wird beleuchtet, weshalb eine Gesprächskultur der Selbstthematierung³⁷ entstanden ist (vgl. Burkart 2006b, 7; Schroer 2006, 41).

Laut einiger soziologischer Gesellschaftsdiagnosen³⁸ führten Individualisierungs- und Pluralisierungsprozesse zu einer Auflösung fester „Identitätsgehäuse“³⁹ (Keupp 2008, 55). Ursprünglich gesellschaftlich vorgeprägte Rollen und Lebenspläne wurden dadurch individuell veränderbar (vgl. Brunner 2011, 207). Die spätmoderne Gesellschaft habe den*die Einzelne*n vermehrt aus Abhängigkeiten und Zwängen vormoderner, traditionalistischer oder feudalistischer Strukturen befreit. Durch diese Verabschiedung der Ära des Schicksalshaften (vgl. Vetlesen 2008, 186) gilt der Mensch gegenwärtig als autonomer, souveräner Gestalter seiner selbst (vgl. Böhm 2016, 103). Als Bastler*in des eigenen Lebens (Hitzler & Honer 2015) bewegt der*die Einzelne sich im Spannungsfeld zwischen Optionalität und Festlegung, zwischen neuen Freiheiten und neuen Zwängen. Jede*r verfügt über die Gestaltungshoheit für das eigene Leben und erbringt eine hohe Eigenleistung bei der alltäglichen, lebenslangen Arbeit am Selbst (vgl. Eck 2011, 45; vgl. Keupp 2008, 30). Sich selbst *zu managen*, sich selbst *zu verwirklichen*, sei folglich ebenso das Gebot der Stunde wie die Konstruktion eines individuellen Sinnsystems, an dem sich das Selbst orientieren kann (vgl. Vogelgesang 2014, 138; Vetlesen 2008, 180; Klotter 2011, 129).

Da dem Menschen scheinbar alle Optionen offenstehen, wird er für seine (Lebens-)Entscheidungen verantwortlich gemacht (Beck & Beck-Gernsheim 2015) – und ist gleichsam Träger aller Risiken und Folgen, die die getroffene Wahl nach sich zieht (Beck 2007). Dem*der

37 Über sich selbst nachzudenken, ist indessen keine Errungenschaft der modernen Zeit. Das Thema Selbstthematierung lässt sich bis in die Antike zurückverfolgen. Waren Selbstthematierungen zunächst religiös begründet, kamen später auch rechtliche und politische Gründe hinzu. Zur detaillierten Nachvollziehbarkeit der „neuen Kultur der Selbstthematierung“ und den historischen sowie strukturellen Hintergründen vgl. Burkart 2006a; Schroer 2006.

38 Bei den hier zusammengefassten Gesellschaftsdiagnosen ist zu berücksichtigen, dass diese Gesellschaftstheorien keineswegs alle Milieus der modernen Gesellschaft in gleicher Weise betreffen. Begriffe wie Multioptionengesellschaft, individualisierte Gesellschaft oder singularisierte Gesellschaft sind nur bedingt tauglich, da sie die Gefahr eines Mittelschichtsbias implizieren (vgl. Alkemeyer & Budde et al. 2013, 11).

39 Worunter die zunehmende Herauslösung des Menschen aus sozialen Klassenlagen, traditionellen Familienformen und Geschlechtslagen sowie aus ihren räumlichen und sozialen Bindungen zu verstehen ist.

Einzelnen werden infolgedessen Gefühle der Unsicherheit, Instabilität oder Überforderung attestiert.⁴⁰

Dazu gesellt sich neuerdings immer häufiger der Hinweis, dass in der Spätmoderne der*die Einzelne nach dem Besonderen, dem Einzigartigen, Außergewöhnlichen strebe. Jene Singularisierung (vgl. Reckwitz 2018) sei zum gesellschaftlichen Leitbild geworden. In der singularisierten Gesellschaft, vor allem aber innerhalb der neuen Mittelklasse, überlagere der neu angesetzte Maßstab der ‚Lebensqualität‘ sowie des ‚Besonderen und Authentischen‘ die zuvor herrschenden, eher rationalistischen, materiell orientierten Maßstäbe des ‚Lebensstandards‘. Der Wunsch nach Singularität⁴¹ sei Kernbedürfnis, die Suche nach entsprechenden singulären bzw. authentischen Erfahrungen (im Berufs- sowie im Privatleben) ein Leitmotiv (vgl. ebd., 104). Im Zuge dessen gewannen Stilvorlieben und Geschmacksurteile hinsichtlich der gesellschaftlichen Differenzierung und Vergemeinschaftung an Relevanz (vgl. Woltersdorff 2012, 180–181) – der vegane Lebensstil könnte als ein Beispiel hierfür interpretiert werden.

Nun entstehen die ‚selbstgebastelten‘ (vgl. Hitzler & Honer 2015) Lebensentwürfe jedoch nicht in einem unabhängigen, selbstreflexiven Dialog, sondern bedürfen der Bestätigung und Anerkennung durch andere. Nur im Spiegel der Wahrnehmung durch andere erfährt sich der Mensch (vgl. Voswinkel & Lindemann 2013, 8).⁴² Nicht selten wird deshalb das Verlangen nach Anerkennung als eine Art universelles menschliches Grundbedürfnis beschrieben, auch wenn diese ‚Diagnose‘ wohl keineswegs alle Menschen in gleicher Weise betrifft. Für diese Anerkennung muss der Mensch sich also immerfort vor anderen präsentieren. „Reklame für

40 Indiz hierfür könnte die wachsende Industrie von Persönlichkeitsentwicklungs- sowie Therapie- und Heilsberufen sein. Erstere bieten sich dem*der Einzelnen als Unterstützung für seine*ihrer Arbeit am eigenen Selbst an (vgl. Burkart 2006b, 7; Moser 2017, 160) bzw. versprechen ihm*ihr bei der Erfüllung des Konformismus des Andersseins (Bolz 2001) zur Seite zu stehen. Letztere stellen dem*der Einzelnen Hilfeleistung bei der Überwindung der durch die „Tyrannei der Alterität“ (Bröckling 2012, 146) entstandenen Strapazen in Aussicht.

41 Nun ist das Besondere aber nicht einfach vorhanden, zudem ließe sich jedes Besondere von einer anderen Perspektive als etwas Allgemeines interpretieren – es muss sozio-kulturell fabriziert werden (vgl. Reckwitz 2018, 13), also ein „doing singularity“ (ebd., 51) stattfinden. Singularitäten werden folglich hergestellt und produziert sowie von anderen als besonders anerkannt (vgl. Czihak 2012, 114).

42 Da Anerkennung prinzipiell eine interaktive Praxis ist, ist der*die Einzelne unter dem Blick der anderen dazu gezwungen, sich selbst, zumindest ein Stück weit, der Wahrnehmung der Wahrnehmenden zu unterwerfen, sich also an den gesellschaftlich vorgegebenen Normen zu orientieren, um durch die Erfüllung der damit verwobenen Erwartungen und Verpflichtungen soziale Achtung zu erfahren (vgl. Honneth 2013, 17). Der Logik des Marktes folgend, unterliegt die Anerkennungs- und die Arbeit am Selbst damit umso mehr einer lebenslangen Steigerungslogik (vgl. Alkemeyer & Budde et al. 2013, 11), um als Individuum dauerhaft anererkennungswürdig zu sein. Für eine kompakte Darstellung der historischen Entwicklung des ‚Anerkennungsproblems‘ vgl. Honneth 2013; Welskopp 2013.

sich selbst, heißt das Credo postmoderner Individuen“ (Eck 2011, 68), auf der lebenslangen ‚Jagd‘ nach Anerkennung für den eigenen selbst zu verantwortenden Lebensentwurf. Wenig verwunderlich ist daher, dass sich das aktive, kreative Erzählen über sich selbst – also die erzählerische Darbietung der eigenen „Bastelexistenz“ (vgl. Hitzler & Honer 2015) – zu einem Imperativ ausgeformt hat (vgl. Reichert 2008b, 210) und welcher Raum würde sich hierfür besser eignen, als soziale Netzwerke mit ihren vielfältigen Möglichkeiten der Selbstdarstellung und Optionen zur Einholung von Feedback?

3.4 Selbsterzählungen im virtuellen Raum

Wie oben dargelegt, ist das Selbst für die empirische Forschung nur fragmentarisch zu fassen – nur dort, wo es nach außen hin, ob sprachlich oder visuell, kommuniziert wird. Wo und in welcher Form, hängt von den institutionell bzw. kulturell etablierten Selbstthematisierungsmöglichkeiten ab, die innerhalb einer Gesellschaft zur Auswahl stehen (vgl. Hahn 1987, 11). Daher hat jede historische Zeit ihre eigene Erzählkultur (vgl. Lehmann 2007b, 9). Gegenwärtig bietet wohl das Internet eine der beliebtesten Erzählgelegenheiten. Die Formulierung mit dem unbestimmten Artikel *eine* trifft es gleichwohl noch nicht ganz. Vielmehr eröffnen sich im Internet zahlreiche Möglichkeiten für die Kulturtechnik des Erzählens über sich selbst, die von immer mehr Menschen wie selbstverständlich ausgeübt wird (vgl. Floridi 2015, 87). Insbesondere den sozialen Netzwerken spricht man hierbei eine maßgebliche Rolle zu. Auf unterschiedlichen virtuellen Plattformen kann, in der Regel mittels eines Profils, multimedial erzählt werden, wer jemand ist oder wer jemand gerne sein würde (vgl. Miller 2016, 110; Tophinke 2009, 266; Turkle & Stefanidis 2012, 263).

Insbesondere die jüngere Generation verweilt als Dauergast bei Snapchat, YouTube, Tiktok, Twitch und Instagram. Diese Netzwerke sind wie selbstverständlich in ihren Alltag integriert (vgl. Bareither 2020b, 121). „Sie sind die Generation der ihrer Selbst Hyperbewussten, die kontinuierlich Facebook nutzt, twittert, skypt und ihre subjektiven Ansichten und persönlichen Vorlieben chattet, nicht zu vergessen private Details und selbst intime Erfahrungen.“ (Floridi 2015, 89) Da „immer mehr Menschen immer mehr Zeit damit zubringen, mit sich selbst auf Sendung zu gehen“ (ebd., 87), wächst sowohl die individuelle als auch die gesellschaftliche Bedeutung der Selbstnarrationen im Netz.

Virtuelle Selbstentwürfe im Allgemeinen (vgl. Esposito 2008, 128; Brückner 2009, 113; Katzer 2016, 106) und auf Instagram im Besonderen bieten die Möglichkeit, sich in virtueller Form selbst zu beobachten und einen reflexiven Selbstbezug herzustellen. Mittels eigener

Vorlieben, Erfahrungen, Kompetenzen und Ansichten, tragen die User*innen ihr Selbstverständnis nach außen. Sie kommunizieren und inszenieren, *wer sie sein wollen* (vgl. Schmidt 2015, 90) – beziehungsweise wie sie von anderen wahrgenommen werden möchten. In diesem Zusammenhang könnte man auch davon sprechen, dass die User*innen ihren Selbstentwurf *kuratieren*⁴³. Durch die Praktiken des „Hervorhebens, Auswählens, Sichtbar- und Unsichtbarmachens, Vergleichens, Juxtapositionierens, Kategorisierens, Einordnens, Situierens, Bewertens und des ästhetischen Gestaltens“ (Bareither 2021, 351) präsentieren die User*innen sich. Die Kuration ist also ein „Akt der subjektiven Selbstkonstituierung“ (Krankenhagen 2017, 10) und die sozialen Medien bieten hierfür eine der „zentralen Arenen“ (Reckwitz 2018, 9).

In gewisser Weise können sich die User*innen für sich selbst objektivieren, dokumentieren, reflektieren und in Eigenregie sichtbar machen (vgl. Benkel 2012, 2) – sich selbst sozusagen gegenüberreten. All jene, die posten, liken und teilen, werden zum*r Betrachter*in ihres Selbst (vgl. Turkle 1998, 31). Instagram wird zu einer Art Spiegel, in dem sich der*die Nutzer*in selbst erfahren und betrachten kann. Doch sieht nicht nur der*die Akteur*in selbst seinem*ihrem virtuellen Spiegelbild entgegen, es wird auch für andere Nutzer*innen über Instagram gespiegelt. Es entsteht eine „neue Form von Präsenz [...] die in Abwesenheit stattfindet“ (Esposito 2008, 127).

Gleichwohl mag die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit digitalen Selbsterzählungen dem*der ein oder anderen womöglich wie eine alberne Ablenkung vorkommen, da es sich hierbei nur um online Stattfindendes dreht. Doch die virtuelle sollte nicht als eine der ‚realen Welt‘ entgegengesetzte betrachtet oder als weniger bedeutsam eingestuft werden (vgl. Knorr 2011, 121). Geht man davon aus, dass sämtliche Formen von Wirklichkeit gedanklich und sozial konstruiert sind, ist das Virtuelle zwar weniger faktisch (vgl. Koch 2009, 220), aber nicht weniger real (vgl. Turkle 1998). So sind virtuelle Räume keine realen Räume an sich, aber auch keine reine Illusion (vgl. Schönberger 2006, 634; Ohly & Wellhöfer 2016, 25–26), sie ermöglichen reales Verhalten. Zudem ist das Virtuelle mit dem offline Stattfindenden längst fest verwoben (vgl. Bareither 2019a, 6; Miller 2016, 112). Zwischen analog und digital, zwischen real

43 Gemeint ist mit dem Begriff des Kuratierens „eine Praxis des In-Beziehung-Setzens, Zeigens und Erfahrbar-machens“ (Bareither 2021, 351). Nicht nur als Alltagsbegriff, sondern auch in kulturwissenschaftlichen Disziplinen erfreut sich der Begriff des Kuratierens derzeit steigender Beliebtheit. Erklärbar ist dies damit, dass in einer *Gesellschaft der Singularitäten* (vgl. Reckwitz 2018) die Figur der Kurator*innen zu einer Leitfigur wird. Kurator*innen besitzen eine ausgeprägte „Fähigkeit sinnvoll auszuwählen und dieser subjektiven Auswahl zugleich objektiven Sinn zu verleihen“ (Krankenhagen 2017, 9). Damit bietet die Kuratierung eine Lösung für zweierlei Probleme der Gegenwart: Sie bündigt die Quantität der Wahlmöglichkeiten und die Kontingenz des Selbst (vgl. ebd., 10).

und virtuell zu unterscheiden, wäre ein Anachronismus. Reales und Virtuelles sind bereits miteinander in einem „Onlife“ (Floridi 2015, 94) verschmolzen. Ferner ist die Darstellung im Netz nicht unbedingt als weniger wahr einzustufen, denn – wir erinnern uns – sowohl online als auch offline sind Selbsterzählungen immer nur ein Ausschnitt, ein gegenwärtiges Produkt und keine getreue Dokumentation dessen, was tatsächlich geschehen ist.

3.5 Die Erzählumgebung Instagram

Instagram wurde im Jahr 2010 von Kevin Systrom und Mike Kriegers in San Francisco entwickelt und am 6. Oktober des gleichen Jahres als kostenfreie Applikation veröffentlicht (vgl. Reichert 2017, 92). Grundidee der Gründer soll das Teilen von Fotografien unter Freunden, aber auch der Austausch mit Unbekannten gewesen sein (vgl. Marwick 2014, 144; National Public Radio 2017). Die schnell wachsende Zahl an Benutzer*innen veranlasste das Unternehmen Facebook im April 2012 dazu, das Unternehmen Instagram für eine Milliarde Dollar zu übernehmen (vgl. Lindner 2012; Park 2012).

In einem Radiointerview beschreiben die beiden Gründer ihre Plattform als eine neue Form der Kommunikation, einer in erster Linie visuellen, die auf dem Upload von Fotografien der Nutzer*innen basiert (vgl. National Public Radio 2017). Der von Ort und Zeit unabhängige visuelle Austausch für sich ist dabei nicht unbedingt als Neuerung einzustufen, da es spätestens mit der Einführung der MMS möglich wurde, per Bild zu kommunizieren. Darüber hinaus führten Anwendungen wie WhatsApp (vgl. Schüle 2015) dazu, dass die visuelle Kommunikation im Alltag vieler bereits erprobt und fest eingewoben ist (vgl. Kofoed & Larsen 2016). Nichtsdestotrotz, oder gerade deshalb, gilt Instagram als eines der beliebtesten Portale der digitalen Gegenwart, insbesondere unter jüngeren Erwachsenen (vgl. Gunkel 2018, 23). Mit der niedrigschwelligeren sozialen Praxis des visuellen Austauschs fügt sich die Plattform mühelos in den ‚always-on-Alltag‘ ein.

Kurzgefasst bietet die Plattform den Rahmen, in dem die Nutzer*innen mit selbst produzierten, elektronischen Zeichensequenzen kontinuierlich an der eigenen Selbsterzählung feilen können. Die Erzählumgebung Instagram ermöglicht den Nutzer*innen, eigene „Audiovisionen des Alltags“ (Simon 2020), eigene Inhalte innerhalb des *available design* zu veröffentlichen sowie vorgefundene Inhalte mittels Likes, Kommentaren oder privaten Nachrichten zu bewerten.

3.5.1 Technische Perspektive

Um die untersuchte Plattform erst einmal technisch zu verstehen, lohnt es zunächst, aus sachtheoretischer Perspektive einen Blick auf Instagram zu werfen. Die Architektur der Plattform hat einen maßgeblichen Einfluss auf die Struktur und Konstruktion der Instagram-Posts, da sie diese insofern lenkt, als sie Bedingungen vorgibt, die den User*innen eine bestimmte Form der Inszenierung nahelegt oder sogar erzwingt (vgl. Bareither 2019a, 10). Demgemäß bestimmt der Aufbau maßgeblich mit, wie Selbstentwürfe auf Instagram geformt werden und wie die Benutzer*innen miteinander in Interaktion treten.

Gleichwohl sollten die Fähigkeiten der User*innen, sich die von den Programmierer*innen vorgedachten Strukturen anzueignen und umzuformen, nicht verkannt werden (vgl. Taylor 2004, 261) – die tatsächlichen Praktiken sind keinesfalls von Anfang an festgelegt. Zwar gibt es softwaretechnische *Affordanzen*⁴⁴, also Praxisaufforderungen und -beschränkungen (vgl. Bareither 2020a, 36) sowie kulturell geprägte Nutzungsanweisungen, die die Erzählungen auf Instagram ermöglichen, verstärken, lenken oder gar behindern. Jene Vorgaben können aber von den User*innen angeeignet, genutzt, verweigert, umgedeutet oder mit eigenen Ideen gestaltet werden (vgl. Schmidt & Schönberger et al. 2005, 7). Die Interdependenzen zwischen den technischen Rahmenbedingungen und dem selbst erstellten Regelwerk müssen also mitbedacht werden (vgl. Castells 2013). Innerhalb dieses Rahmens sind die User*innen hinsichtlich ihrer Selbsterzählung flexibel (vgl. Koch 2015, 187; Reichert 2008a, 16). Nicht selten wird daher in wissenschaftlichen Texten, in denen es um die Gestaltung eines virtuellen Profils geht, davon gesprochen, dass die Nutzer*innen aufgrund der vielfältigen Wahl- und Gestaltungsmöglichkeiten mit einer besonderen Handlungsmacht bzw. *Agency* ausgestattet sind (vgl. Fenske 2020, 59; Nünning & Rupp 2012, 38).

Doch wie funktioniert die Plattform Instagram aus technischer Sicht? Die selbsterklärende mobile Plattform⁴⁵ ermöglicht ihren Nutzer*innen, Fotos hochzuladen, diese mittels von Instagram zur Verfügung gestellten Effektfiltern⁴⁶ zu bearbeiten sowie mit einer begrenzten Anzahl an Zeichen mit Untertiteln und Hashtags zu versehen, um das visuelle Material zu kontextualisieren (vgl. Marwick 2014, 142; National Public Radio 2017; Reichert 2017, 92–93). Das

44 Für ausführlichere Ausführungen zum Begriff der Affordanz vgl. Bareither 2020a.

45 Instagram bietet zwar Zugang über eine Website, allerdings finden die meisten Aktivitäten innerhalb der mobilen Applikation statt (vgl. Marwick 2014, 142), weshalb diese hier im Vordergrund steht.

46 Die Effektfilter dienen „der unmittelbaren ästhetischen Optimierung des mobilen digitalen Bilds“ (Gunkel 2018, 338) und dienen „der einfachen und schnellen Instant-Ästhetisierung des mobilen digitalen Bilds.“ (ebd., 346) Viele User*innen nutzen neben Instagram weitere Smartphone-Applikationen, um Ihre Fotos zu bearbeiten (visuelle Effekte, Kollagen, Texte etc.) (vgl. Marwick 2014, 144).

hochgeladene Bildmaterial verstetigt sich sodann „im grid, der gerasterten pluralen Bildform des eigenen Profiltableaus“ (Gunkel 2018, 344). Augenscheinlich werden die Fotografien vor allem über die Praktik des *Followens*⁴⁷.

Unabhängig davon, welche Form von Beiträgen veröffentlicht wird: Neue Beiträge setzen sich stets an die oberste Position eines Profils und sind mit dem Upload-Datum versehen. Neue Medieninhalte verdrängen also ältere Beiträge nicht komplett von einer Profilseite, sondern existieren neben diesen, wenn auch an höherer Position. Allein dadurch ist das Profil ein sich kontinuierlich veränderliches Konstrukt; zumindest, wenn die User*innen regelmäßig neue Beiträge veröffentlichen oder alte Uploads von ihrer Seite entfernen. Ist ein neuer Beitrag veröffentlicht, können andere User*innen die Posts kommentieren⁴⁸, liken, in eigenen Ordnern speichern oder auch im privaten ‚Instagram Messenger Direct‘ an andere Personen versenden (vgl. Marwick 2014, 142).

Seit Sommer 2016 findet der visuelle Austausch jedoch nicht mehr nur anhand statischer Fotografien statt, sondern auch anhand von Bewegtbildern. Seither ist in die App die Funktion der *Instagram Storys* eingebunden (vgl. Kofoed & Larsen 2016). Storys können aus mehreren Bildern sowie bis zu 15-sekündigen Videos bestehen. Den Nutzer*innen bieten sie die Möglichkeit, kurze Geschichten aneinander zu reihen und hochzuladen. Die Haltbarkeit dieses Materials ist technisch begrenzt, da Storys nur 24 Stunden lang einsehbar sind – es sei denn, sie werden von den User*innen bewusst in einer speziell hierfür vorgesehenen Zeile im Profil fixiert und somit konserviert. Bearbeiten lassen sich die Storys vor dem Upload mit den üblichen, von Instagram bereitgestellten Tools. Hierzu zählt der Einsatz von Effektfilttern, das Hinzufügen von Stickern, die Verwendung eines Malstiftes, das Verlinken anderer User*innen oder die Arbeit mit einem Textwerkzeug. Im Dezember 2016 kam überdies das Format der *Live Videos* hinzu. Diese neue Video-Variante ermöglichte es, längere Videos live aufzuzeichnen und/oder hochzuladen.

Die hochgeladenen Beiträge werden jedoch nicht nur auf den jeweiligen Profilen veröffentlicht, sondern können auch in zwei möglichen *Feeds* erscheinen. So hat jede*r Nutzer*in Zugriff auf zwei personalisierte Feeds, in denen Newsticker-ähnlich permanent neue Bildinhalte aus heterogenen Quellen erscheinen (Gunkel 2018, 344). Einer der beiden Feeds zeigt die

47 Dieses ‚Followen‘ ist einseitig und erfolgt, zumindest bei öffentlichen Profilen, ohne direkte Zustimmung der Profilinhabenden (vgl. Faßmann & Moss 2016, 13).

48 Sofern das visuelle Material für ein Mitglied einsehbar ist, kann die betrachtende Person den jeweiligen Beitrag kommentieren und liken (vgl. ebd., 13). Umgangen werden kann dies inzwischen durch die Einstellungen zur Privatsphäre, die bestimmen, ob die eigenen Beiträge nur für die Abonnent*innen der jeweiligen Person einsehbar oder für jedes Mitglied des Netzwerks sichtbar sind.

Beiträge der jeweils abonnierten Accounts. Der zweite Feed soll den User*innen Videos und Bilder zeigen, die ihren von Instagram erfassten Interessen entsprechen. Dazwischen findet sich seit 2015 auch Werbung, die möglichst nahtlos eingebettet und auf das individuelle Nutzer*innenverhalten abgestimmt ist (vgl. Carah & Shaul 2015, 80). Sortiert werden die Feeds auf Basis eines Algorithmus, welcher die Posts nicht nur nach Aktualität, sondern auch nach Relevanz arrangiert (vgl. Gunkel 2018, 351). Erhält ein Post erhöhte Aufmerksamkeit in Form von Klicks, Likes und Kommentaren, ‚belohnt‘ der Algorithmus dies mit einer erhöhten Sichtbarkeit innerhalb der Feeds (vgl. Carah & Shaul 2015, 80).

Neue Posts bekommen in der Regel in den ersten Stunden die meiste Aufmerksamkeit, da sie zu diesem Zeitpunkt relativ weit oben in den Feeds angezeigt werden. Die Relevanz eines Posts wird dabei, vereinfacht gesagt, quantitativ anhand der Anzahl an Likes und Kommentaren bestimmt (vgl. Gunkel 2018, 351). Bereits nach wenigen Stunden werden Beiträge von neueren oder beliebteren Inhalten verdrängt. Postings, die bereits seit Wochen, Monaten oder Jahren online sind, werden innerhalb der Feeds quasi unsichtbar, da die Feeds auf visuelle, kurzlebige, sensationelle und sofortige Aufnahme ausgerichtet sind (vgl. Carah & Shaul 2015, 72).

3.5.2 Praxistheoretische Perspektive

Navigation und Interaktion

Typischerweise navigieren sich User*innen mittels Hoch- und Runterscrollen durch die beiden endlos erscheinenden Feeds. Erst eine beliebige Zeit lang nach unten, anschließend wieder nach oben, damit sich der Feed aktualisiert und die jüngsten Bilder zeigt, um hieraufhin erneut nach unten zu scrollen. Das Anschauen der Fotografien ist also auch mit einer physischen Komponente verbunden. Solange der Modus des Entdeckens anhält, können seitens der Betrachtenden unterschiedliche, bereits angesprochene, routinierte Wege der Interaktion beschritten werden (vgl. ebd., 78): Posts werden geliked, kommentiert, per privater Nachricht geteilt oder in einer persönlichen Sammlung gespeichert. Ein Ende findet dieser Prozess zumeist erst, wenn wieder bekannte Bilder auftauchen oder etwas anderes die Aufmerksamkeit der User*innen anzieht (vgl. ebd., 72)

Neben den Dingen, die die User*innen selbst produzieren und hochladen, ist der Aufbau eines Instagram-Profiles ein hochgradig interaktiver Prozess. Fast alle Medienelemente bieten die Möglichkeit zur Interaktion in Form von Kommentaren, Likes, privaten Nachrichten etc. Die unter einem Post abgegebenen Kommentare können beispielsweise eine Art Diskussionsstrang zum jeweiligen Upload bilden (vgl. Richard & Grünwald et al. 2008, 116). Die von Einzelnen veröffentlichten Beiträge werden dadurch sozial-interaktiv aufgefangen. Auch kolla-

borative Formen des Erzählens, beispielsweise durch die Möglichkeit des sogenannten *Reposts* (Inhalte anderer Nutzer*innen erscheinen auf dem eigenen Profil), sind auf Instagram alltägliche Praktik.

Instagram als Geschichtenreservoir

Hinsichtlich der Erzählweisen steht auf Instagram ein weites Spektrum an erzählerischen Formaten zur Verfügung. Erzählt wird zumeist im *Mixed-Media-Stil* (vgl. Reichert 2008b, 206). Sowohl die Bilder selbst erzählen eine Geschichte des virtuellen Selbst (vgl. Holfelder & Schönberger 2017, 11; Miller 2016, 177) als auch das darunter Geschriebene sowie das in die Kamera Gesprochene oder Gezeigte. Durch das geschriebene oder gesprochene Wort werden die statischen Bildbeiträge quasi verlebendigt und authentischer⁴⁹. Anlass für einen Post, ob in Bild- oder Videoform, können sowohl beiläufige Minimalerzählungen, alltägliche Erfahrungen oder gesellschaftsumspannende Themen sein, wie beispielsweise die Auswirkung der Massentierhaltung – um ein Beispiel aus dem Feld zu nennen.

Für das auf Instagram veröffentlichte Bild- und Videomaterial lässt sich herausstellen, dass die Selbstthematization oftmals durch die – mehr oder weniger bewusste – Inszenierung von Objekten, Architektur, Nahrungsmitteln bis hin zu Körpern und Gesichtern erfolgt. Häufig finden sich auf Instagram Arrangements, eine Zusammenstellung von Objekten, Texten, Bildern oder Personen, die sich zu einem stimmigen Ganzen zusammenfügen. Indem Objekte eine Botschaft über die eigene Person vermitteln, können sie als Aushängeschild des Selbstverständnisses dienen (vgl. Schroer 2006, 43) und den eigenen Blick auf die Welt kommunizieren (vgl. Holfelder & Schönberger 2018, 8). Auch mit der Wahl oder dem bewussten Boykott bestimmter Dinge, wie beispielsweise Lebensmittel, lassen sich ein bestimmter Lebensstil kommunizieren sowie bestimmte Werte und Normen demonstrieren.

Zwecks der ästhetischen Inszenierung der Momentaufnahmen kommen die von Instagram zur Verfügung gestellten Effektfiler oder externe Bearbeitungsprogramme zum Einsatz (vgl.

⁴⁹ Trotz der bereits bekannten vielseitigen Möglichkeiten der Bildbearbeitung wohnt dem Amateurfoto und -video immer noch ein Authentizitätsversprechen inne, obwohl sie keine authentische Repräsentation des Alltags darstellen (vgl. Holfelder & Schönberger 2018, 8; Näser 2008). Dieser Nimbus mag daran liegen, dass Bilder, mehr noch als Sprache, auf das Gefühl, die Atmosphäre sowie Stimmung zielen und Inhalte unmittelbarer als Sprache vermitteln (vgl. Gerndt 2009, 322). Aber auch die Ästhetik der Amateurfotos und -videos, die durch Spontaneität, Improvisation und Brüche gekennzeichnet ist, trägt zur Zuschreibung eines hohen Grades an Authentizität und Unmittelbarkeit bei (vgl. Holfelder & Schönberger 2018, 8; Schneider 2004, 15).

Carah & Shaul 2015, 7). Hierbei orientieren sich die User*innen häufig an bereits von anderen Nutzer*innen hochgeladenen Bildern, die als Schau- und Lehrstücke⁵⁰ dienen.

Ergänzt wird die Erzählung in Bildern durch kürzere oder längere Bildtexte. Auch wenn immer wieder die These zu lesen ist, dass Bilder den Text allmählich verdrängen (vgl. Schade & Wenk 2011, 35–37), gelange ich in meiner Betrachtung von Instagram zu anderen Erkenntnissen: Zum einen kommen Bildtexte rege zum Einsatz, zum anderen werden innerhalb der Untertitel durchaus Themen behandelt, die sich anhand des bloßen Bildes nicht erschließen würden – die späteren Fallbeispiele werden diesen Aspekt genauer veranschaulichen.

Ähnlich wie auf Blogs kann auf Instagram Erfahrenes geordnet, in einem stimmigen Zusammenhang gebracht und mit anderen geteilt werden. Die von den User*innen veröffentlichten Einzelteile stehen nicht einfach isoliert nebeneinander, sondern bilden ein gemeinsames Ganzes. Die auf einem Profil in Bezug zueinander stehenden Beiträge machen für die Betrachtenden die Selbstentwürfe der Postenden anhand der virtuell präsentierten Erfahrungen, Erlebnisse, Vorlieben, Denkweisen und Handlungsmuster greifbar (vgl. Puschmann & Heyd 2012, 186; Hitzler & Honer 2015). Durch das In-Relation-Setzen der einzelnen Beiträge können sich die Follower*innen einen Eindruck von der über sich selbst erzählenden Person machen.

Der Prozess des virtuellen Kuratierens ermöglicht dem*der Einzelnen also ein virtuelles Selbst zu erschaffen oder spielerisch einen Selbstentwurf zu erproben (vgl. Katzer 2016, 227; Krankenhagen 2017, 9–10; Reckwitz 2018, 9). Schließlich muss der*die Einzelne sich online nicht zwangsläufig präsentieren, wie er*sie ist – es besteht durchaus die Möglichkeit, einen neuen Selbstentwurf zu kreieren (vgl. Reichert 2017, 90; Schönberger 2009, 380; Turkle 1998). Diese Möglichkeit ergibt sich nicht zuletzt daraus, dass virtuelle Selbsterzählungen wesentlich modellierbarer sind, allein durch die Vielzahl an Bearbeitungsoptionen, als mündliche Face-to-Face-Interaktionen (vgl. Tophinke 2017, 73). Deshalb gehören soziale Netzwerke wie Instagram gegenwärtig wohl zu besonders mächtigen *Technologien des Selbst* (vgl. Lüdeker 2012, 133; Schönberger 2009, 380).

⁵⁰ Die Praktik des gegenseitigen Kopierens ist bereits von anderen Plattformen wie YouTube bekannt (vgl. Wagner & Forystarczyk 2015, 4). Auf diese Weise beeinflussen sich die User*innen permanent gegenseitig und adaptieren verbreitete Posen, schmeichelhafte Kameraeinstellungen, Gesichtsausdrücke, wie das popkulturell x-fach zitierte ‚Duckface‘ (vgl. Marwick 2014, 141) oder die auf Instagram häufig zu sehende Stilleben. Das schlussendlich hochgeladene Motiv kann zumeist als gut überdacht und bewusst inszeniert charakterisiert werden (vgl. Kofoed & Larsen 2016). Auch wenn es innerhalb der später vorzustellenden Fallbeispiele hierfür durchaus Gegenbeispiele gibt, zeigt sich auf Instagram tendenziell eine „nutzerseitige Professionalisierung“ die „mit einer deutlich sichtbaren Anlehnung an konventionelle Werberhetorik und -bildgebrauch“ einhergeht (Gunkel 2018, 351).

In der ‚Wohlfühlbubble‘

Bei einer Beschreibung des Sozialen Netzwerks Instagram darf freilich nicht der Verweis auf die Praktik des *Hashtagging*s fehlen. Hinter diesem Anglizismus verbirgt sich eine vielschichtige Praxis der Markierung und publikumswirksamen Kontextualisierung von Bildinhalten (vgl. Reichert 2017, 89). Doch dienen die Hashtags hier nicht mehr vordergründig, wie einst bei Twitter, der Fortführung einer Unterhaltung, sondern vor allem der Einbettung in einen gewünschten Kontext und der Zuordnung zu einer bestimmten Community (vgl. Laestadius 2017, 575–576).

„Durch die bewusste Verwendung von Hashtags verorten die Nutzer*innen ihre eigenen Äußerungen somit in einem miteinander verwobenen Geflecht von sozialen Beziehungen und kollektiven Erfahrungen einerseits und miteinander (über den Hashtag) verknüpften Texten andererseits, die in ihrer Gesamtheit eine ‚ad hoc‘-Öffentlichkeit bilden. Damit ist das Phänomen auch Ausdruck von vernetzter Individualität, weil je eigene persönliche Erfahrungen den Ausgangspunkt von Kommunikation bilden, zugleich aber die Eingebundenheit des Einzelnen in ein vielfältiges Beziehungsgeflecht deutlich wird, das sich über internetbasierte Kommunikation bildet.“ (Schmidt 2015, 94)

Durch die mittels Hashtags evozierte Verbundenheit verknüpfen sich bestimmte Postings miteinander und können sich in eine digitale Form der Vergemeinschaftung oder in eine soziale Aktivität verwandeln (vgl. Krajnik 2016, 245; Reichert 2017, 94). Das entworfenen Selbstbild lässt sich also an andere, auf Instagram bereits bestehende Gruppenidentitäten anschließen, die sich aus einem Netz aus Bildern, Likes, Hashtags und Kommentaren konstituieren, welche sich wiederum um Geschmack, Events und Praktiken formieren (vgl. Carah & Shaul 2015, 73).

Neben Hashtags fungieren bei der Plattform Instagram freilich auch gemeinsame Bildtopoi⁵¹ als eine Art visuelles Erkennungsmerkmal. Sie markieren ebenso die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Interessengruppe und tragen ein bestimmtes Selbstverständnis nach außen. Nicht nur die Auswahl von Motiven, sondern auch die Bearbeitung des Bild- und Videomaterials sowie die Beherrschung gemeinsamer ästhetischer Standards können die Zugehörigkeit zu einer Community kennzeichnen (vgl. Richard & Grünwald et al. 2008, 118). Auch eine ästhetische Redundanz, die von Plattformen wie YouTube (vgl. Wagner & Forystarczyk 2015) bekannt ist und auch auf den untersuchten Instagram-Profilen erkennbar ist, kann Zugehörigkeit symbolisieren. Ein Beispiel für einen im Feld häufig zu findenden Bildtopos ist der bunt gefüllte

⁵¹ Ähnlich wie epochentypisch Erzähltopoi gibt es auch zeittypische Bildtopoi (vgl. Gerndt 2009, 317). Bestimmte Motive tauchen demzufolge immer wieder auf.

und sorgfältig arrangierte Gemüseteller. Zugleich dienen diese Praktiken der Vernetzung der Distinktion oder sozialen Differenzierung, indem über die publizierten Inhalte ein spezifischer Abstand markiert oder bestimmte Vorlieben betont werden (vgl. Reichert 2017, 97).

Nun sei noch auf einen Vorteil der virtuellen Vernetzung verwiesen: Im Vergleich zum analogen Leben, ist es im Netz einfacher, auf Anklang, Unterstützung und Wertschätzung zu treffen (vgl. Eck 2011, 49; Folger 2008, 292–293). Eine lokale Verankerung muss hierfür keine Voraussetzung sein (vgl. Nünning & Rupp 2012, 39). So lässt sich im Netz zu jedem spezifischen Erzählthema eine „mediale Wahnachbarschaft“ (Vogelgesang 2014, 147), eine abgeschlossene Nischenöffentlichkeit aufbauen. Ist die passende *Filter Bubble* (Pariser 2012) gefunden, lässt sich davon ausgehen, dass sich die in dieser Blase befindlichen Personen gleichermaßen für ein Thema (vgl. Schneider 2009, 5) interessieren. Ermöglicht wird das Gefühl, zu einer Gemeinschaft zu gehören oder zumindest Anklang zu finden, durch die Anzahl an Aufrufen und Likes. Nutzer*innen können sich anhand dessen eine Follower*innenschaft vorstellen, die ein Interesse an ihm*ihr hat – und sich in der Folge als Teil dieser ideell getragenen Instagram-Gemeinschaft sehen⁵².

Kritisiert wird mit dem Begriff der Filter Bubble, dass die Akteur*innen innerhalb dieser „endlosen Ich-Schleife einem Informationsdeterminismus unterliegen, der sie immer wieder mit ihren eigenen Vorstellungen indoktriniert“ (Rau & Stier 2019, 405). Häufig werden diese sozialen Blasen auch als *Echokammern* (vgl. Sunstein 2001) bezeichnet. Echokammern würden ihre Nutzer*innen „darin bestärken, insbesondere solche Nachrichten zu beziehen, deren politische Positionierung sie teilen, und dadurch zu einer gesellschaftlichen Polarisierung beitragen.“ (Rau & Stier 2019, 399) Jan Philipp Rau und Sebastian Stier merken gleichwohl zum Konzept der Echokammern an, dass „die im öffentlichen Diskurs geäußerte Furcht vor einer gesamtgesellschaftlichen Fragmentierung durch digitale Medien und einer damit verbundenen politischen Polarisierung empirisch nicht unterstützt wird“ (ebd., 399). Nutzer*innen sozialer Netzwerke seien meist in heterogene Online-Netzwerke eingebunden und würden dort womöglich sogar stärker mit politisch vielfältigen Inhalten konfrontiert als im Offline-Kontext (vgl. ebd., 404). Bernhard Pörksen prägt hierfür den Begriff *Filter Clash*: Er benennt damit die Möglichkeit, dass online „unterschiedlichste Varianten der Weltwahrnehmung in radikaler Unmittelbarkeit aufeinanderprallen, verursacht und forciert durch die intensiv vernetzte Kommu-

⁵² Mit wem die User*innen auf virtuellen Plattformen in Kontakt treten, wird allerdings nicht bloß von den Nutzer*innen selbst gesteuert, sondern auch durch den Algorithmus (vgl. Esposito 2008, 129). Der Instagram-Algorithmus sorgt dafür, dass sich vorwiegend jene Personen besser verknüpfen können, die besonders sichtbar auf der Plattform sind, also besonders viel Aufmerksamkeit generieren. Nicht selten scheint auf Instagram daher die Knüpfung sozialer Verbindungen mit Selbstvermarktungsstrategien verbunden zu sein.

nikation“ (Pörksen 2018, 119). Trotz einem „von algorithmischer Vorfilterung geprägten Informationsuniversum“ (Pörksen 2018, 120) werden User*innen auch mit Informationen außerhalb ihrer Interessen konfrontiert. Sich im eignen „Informationskokon mehr oder minder vollständig“ (ebd., 120) zu isolieren, sei nicht möglich. Im Netz herrsche eher ein „Prinzip der integrierenden Konfrontation. Alles wird potenziell allen gezeigt.“ (ebd., 132)

Gleichzeitig können die Filter Bubbles als eine Form des Schutzschildes dienen, beispielsweise gegen negative Kommentare (vgl. Folger 2008, 298). Erfolgt auf Instagram Kritik, beispielsweise an der veganen Lebensweise, könnten andere Follower*innen die kritisierten User*innen verteidigen – so zumindest die Theorie. Tatsächlich war für einige meiner Interviewpartner*innen genau diese Suche nach Gleichgesinnten, nach einer gemeinsamen Weltansicht einer der Hauptgründe, um sich auf Instagram anzumelden, weshalb dieser Aspekt in den späteren Kapiteln noch einmal genauer analysiert wird.

Unter Dauerbeobachtung

Wie bereits ausgeführt, entsteht das Selbst im Verhältnis zu anderen, und auf Instagram bietet sich für Einzelne potenziell eine besonders große Menge an Anderem. Diese Anderen können die Selbsterzählung jederzeit mit Bewertungen versehen, ob in Form von Likes und Kommentaren oder implizit durch Missachtung (vgl. Tophinke 2017, 70).

Da die virtuellen Selbsterzählungen prinzipiell von einer unüberblickbaren Menge anderer Nutzer*innen gelesen und auch vom Algorithmus evaluiert werden können, motiviert Instagram seine Nutzer*innen indirekt dazu, sich einem permanenten (Selbst-)Prüfverfahren zu unterziehen und zu Dauerbeobachtenden der eigenen Selbsterzählungen zu avancieren. Hierbei wird jede*r sowohl zur*m Kontrolleur*in der eigenen virtuellen Präsenz als auch zugleich zur*m Kontrollierten, da er*sie andere Profilinehalte ebenfalls mit Bewertungen versieht. Die soziale Kontrolle untereinander wird softwarearchitektonisch gefördert (vgl. Bublitz 2010, 102). Als Sinnbild dieser Kontrolltechnik wird nicht selten das *Panopticon* von Jeremy Bentham in seiner bekannten Interpretation durch Foucault bemüht (vgl. Frischling 2014). Demzufolge seien User*innen von sozialen Netzwerken einer prinzipiellen Ungewissheit hinsichtlich ihrer Überwachung ausgesetzt, wodurch wiederum ein Gefühl der permanenten Überwachung entsteht.

Soll die Selbstnarration auf Instagram möglichst viel Aufmerksamkeit und Zustimmung erhalten, müssen die Posts auf die vermuteten Vorlieben der Betrachter*innen abgestimmt werden (vgl. Bareither 2020b, 131; Reichert 2008b, 210; Wiedemann 2011, 175). Unablässig kann der*die Einzelne anhand der Rückmeldungen seine*ihre virtuelle Selbsterzählung optimieren. Aufgrund des nicht abreißenden Feedbacks müssen die digitalen Präsenzen weiter perfektio-

niert, der begutachtende Blick der Anderen verinnerlicht und die medialen Fähigkeiten geschult werden, damit die Ausschnitte des eigenen Lebens immer noch im Wettbewerb um Aufmerksamkeit bestehen. Die virtuelle Selbsterzählung wird zu einem endlosen Projekt – kein Endstadium, keine maximale Zahl an Likes, Kommentaren oder Follower*innen ist erreichbar.

Das Instagram inhärente Bewertungssystem sorgt folglich dafür, dass den*die Einzelne*n eine nicht abreißende Flut an Bewertungen erreicht, mit möglicher Rückkopplung auf das Selbstbild (vgl. Floridi 2015, 89). Diese Bewertungen können insofern auf den*die Einzelne zurückwirken, als das jeweilige Selbstbild im Hinblick auf von außen herangetragene Bewertungen elastisch ist (vgl. ebd., 88): Es lässt sich von dem, was einem von anderen über die eigene Person zurückgemeldet wird, beeinflussen. Mit Blick auf die einschlägigen Vorarbeiten Charles Taylor zur Konstitution des Selbst können die Follower*innen auf Instagram als „defining community“ (Taylor 1994, 39) verstanden werden.

Ob der Selbstentwurf tatsächlich gelingt, also Aufmerksamkeit generiert, ist für die User*innen allerdings schwer zu kalkulieren. Zum einen ist der Algorithmus von Instagram intransparent, zum anderen haben die virtuellen Zeichen, wie alle Zeichen, immer einen Überschuss an Bedeutung (vgl. Bublitz 2010, 221), der von den Nutzer*innen nicht vorhersehbar oder intendiert sein muss.

4 Forschungsdesign

4.1 Erhebung

Im Mittelpunkt dieses Kapitels steht meine methodische Herangehensweise, die zum einen auf der von mir durchgeführten *virtuellen Medienethnografie* (Hine 2008) und zum anderen auf den ergänzend geführten Interviews fußt. Ort der Medienethnografie war die Anwendung Instagram. Im Fokus standen dabei Instagrammer*innen die sich auf der Plattform als Veganer*innen inszenieren.

4.1.1 Instagram-Profile von Veganer*innen

Die in dieser Arbeit im Mittelpunkt stehenden Veganer*innen stellen bewusst ihr *veganes Selbst* zur Schau. Häufig werden hierfür in der Kopfleiste des Profils entsprechende Signalwörter platziert. Beispiele aus dem Feld sind: „vegan girl“, „i’m vegan cook“, „vegan foodie“ oder „vegan Foodstylist“. Trotz der Bezeichnungen à la ‚vegan foodie‘, die zunächst vermuten lassen, dass auf den Profilen hauptsächlich Fotografien von Speisen im Vordergrund stehen, finden sich auf den Profilen weitaus mehr Motive sowie längere Bildtexte. Unter den veröffentlichten Momentaufnahmen finden sich immer wieder vorteilhafte Posen, glückliche Gesichter, hübsch arrangierte Objekte (vereinzelt auch bezahlte Werbung) oder andere scheinbar triviale Bedeutungsträger des Alltags. Wie es Hannelore Bublitz hinsichtlich der digitalen Gegenwartsgesellschaft beschreibt, werden von den User*innen „weniger Objekte als vielmehr ganze Environments, stilvoll arrangierte Erlebniswelten, Wellness-Oasen, die den subjektiven Genuss und das eigene, spielerische (Stil-)Begehren öffentlich ausstellen“ (Bublitz 2010, 111), in Szene gesetzt. Gemein ist allen untersuchten Profilen der Versuch, immer wieder möglichst aufmerksamkeitswirksame Beiträge zu produzieren.

4.1.2 Virtuelle Medienethnografie via Instagram

Instagram ist in diesem Zusammenhang als eine Art Gerüst zu verstehen (vgl. Schnorrenberg 2013, 112), auf dem die Selbsterzählungen der Veganer*innen aufbauen. Die Plattform wird in dieser Arbeit daher als ein Feld wahrgenommen, „in dem sich die Transformation konkreter ethnografischer Forschungsgegenstände in einer von Internettechnologien geprägten Lebenswelt nachvollziehen lässt“ (Bareither 2013a, 43).

Ich tat es anderen Forschenden (vgl. Bareither 2017; Boellstorff 2008) nach und übertrug die Methoden der ethnografischen Feldforschung, wie die Beobachtung des Geschehens, die

Sichtung von Dokumenten und die Durchführung von Interviews, auf den virtuellen Raum. Wichtigstes Instrumentarium war die online stattfindende (teilnehmende) Beobachtung (vgl. Cohn 2014, 72), welche häufig essenzieller Baustein einer Online-Ethnografie ist (vgl. Bachmann & Wittel 2006, 191; Boellstorff 2014, 54–55). Über drei Jahre hinweg verfolgte ich die auf Instagram täglich veröffentlichten multimedialen Erzählungen detailliert – wenn auch nicht vollumfänglich, da dies aufgrund der schieren Datenmenge als einzelne Forscherin kaum zu leisten ist.

Genaugenommen ist die von mir durchgeführte Beobachtung im virtuellen Raum als *Lurking* zu charakterisieren, zumindest bis zur jeweiligen Anfrage für ein Interview. Übersetzt bedeutet *Lurking*: „sich versteckt zu halten“, meint also die unangekündigte Beobachtung von Online-Interaktionen (vgl. Koch 2014, 376). Der Aspekt des Unangekündigten unterscheidet diese virtuell stattfindende Beobachtung von der klassischen teilnehmenden Beobachtung. Gilt es bei Letzterer den Forschenden als wichtiger Grundsatz, ihre beobachtende Rolle offenzulegen, wird beim *Lurking* auf diese Transparenz bewusst verzichtet.

Um auf Instagram nicht nur zu lurken, sondern aktiv *Weblogforschung* (vgl. Schmidt & Schönberger et al. 2005, 10) zu betreiben und teilnehmend zu beobachten (vgl. Bareither 2017, 65; Koch 2014, 376), meldete ich mich auf der Plattform mit einem eigenen Profil an und konstruierte meine eigene Instagram-Erzählung. Somit wurde es möglich, die Selbsterzählungen auf Instagram „durch dasjenige Medium zu erforschen, durch das sie verwirklicht werden.“ (Bareither 2017, 66) Um aktiv teilnehmen und die Interaktionen auf der Plattform nachvollziehen zu können, erlernte ich zunächst den Umgang mit der Plattform. Andernfalls hätte ich nur schwerlich die Möglichkeiten der Plattform-Ethnografie ausschöpfen können (vgl. Hine 2015, 73). Gerade der Part des *Playings* ist in virtuellen Forschungen essenziell: „Good participant observation means play and research in parallel, as the same engaged activity.“ (Boellstorff & Nardi et al. 2012, 69)

Ich war also zweifach auf Instagram unterwegs: Teilweise beobachtete ich still (*Lurking*), zu anderen Zeitpunkten nahm ich bewusst an Interaktionen teil, indem ich mich in Live-Konferenzen einklinkte, Likes vergab oder Kommentare abgab. War der Fokus zu Beginn der virtuellen Beobachtung noch möglichst breit, wurde mit zunehmender Kenntnis der Plattform ein Blick in die Tiefe möglich (vgl. Cohn 2014, 79). Meine Beobachtungen versuchte ich möglichst rasch zu notieren, denn das Arbeiten mit flüchtigen digitalen Medien wie Instagram macht es nötig, die erhobenen Daten und gewonnenen Erkenntnisse rechtzeitig zu dokumentieren (vgl. Dracklé 2015, 400). Während des gesamten Forschungsprozesses fertigte ich regelmäßig

Feldnotizen an. Mit ihnen konnte ich meine Gedanken und Erkenntnisse vor dem Verlorengehen bewahren und das Beobachtete später interpretieren (vgl. Hine 2015, 74–75).

Um die flüchtigen Posts der User*innen zu konservieren, hielt ich ausschnitthaft die Accounts sowie einzelne Postings und Videos per Screenshot oder Videoaufnahme fest, und bewahrte sie damit vor dem digitalen ‚Verglühen‘. Diese Möglichkeit der genauen Dokumentation sind im Vergleich zu Forschungen in der *analogen Welt* durchaus von Vorteil. Weder die Beobachtung selbst, noch der Prozess der Dokumentation, sind online einsehbar, Beobachtungsprotokolle müssen nicht unter Zeitdruck verfasst werden. Vorteilhaft an den letztlich von mir gesammelten Instagram-Daten ist weiterhin, dass sie bereits vor dem Erhebungszeitraum entstanden sind, also unabhängig von mir als Forscherin und der Forschungssituation (vgl. Müller 2017, 184). Als prozessgenerierte Daten (vgl. Bauernschmidt 2014, 418–119) können sie als „quasi-natürlich“ (Kirchner & Betz 2015, 179) bezeichnet werden.

Nun handelt es sich bei den über Instagram zugänglichen Daten aber nicht um einen festen Datenbestand, sondern vielmehr um eine dynamische Masse (vgl. Hengartner 2007, 192). Aufgrund der Flut an auswertbarem Material traf ich eine auf Feldrelevanzen basierende Auswahl (vgl. Kirchner & Betz 2015, 179–180). Aufbauend auf meinen gesammelten Felderfahrungen bekam ich ein Verständnis für die *Agenda des Feldes* (vgl. ebd., 179) und nahm auch vom Feld als relevant erachtete Instagram-Performancen in mein Sample auf. Weiterhin setzte ich bei der Auswahl der Instagram-Profile auf die *Method of Difference* (vgl. Baur & Lamnek 2005, 245). Ziel dieser Auswahl war nicht, möglichst viele, sondern möglichst relevante und unterschiedliche Daten zu erheben (vgl. Leimgruber & Andris et al. 2013, 254).

Besonders interessierten mich hier unabhängig von der Anzahl der Follower*innen sehr aktiv genutzte Profile, da ich hiervon darauf schloss, dass diejenigen Personen die Plattform regelmäßig und aktiv zur Selbstinszenierung nutzen. Meine Suche basierte auf dem Schneeballprinzip, welches ich während meiner Erhebung immer wieder anwendete, um neue Profile ausfindig zu machen und in mein Sample zu integrieren. Von diesen mehrfachen Etappen der Auswahl versprach ich mir eine möglichst große Bandbreite an Profilen. Nachdem ich 80 prinzipiell geeignet erscheinende Profile identifiziert hatte, selektierte ich mein Sample für eine explizitere Analyse.

Die Auswahl der Profile erfolgte anhand meiner individuellen Beobachtungen, der *Agenda des Feldes* sowie dem im Kapitel zwei zusammengefassten Kontextwissen über die vegane Lebensweise und Selbsterzählungen auf Instagram. Allen Profil-Betreiber*innen gemein ist die mehr oder weniger unbewusste Entscheidung, regelmäßig Inhalte auf Instagram zu veröffentlichen und an der eigenen Selbsterzählung zu arbeiten. Da auf den Profilen meist mehrere hundert

Beiträge versammelt sind und die sichtbaren Beiträge sich laufend verändern, kürzte ich mein Sample auf sieben Profile. Übrig blieben schließlich signifikante Einzelfälle, die Hinweise auf größere Strukturen geben konnten (vgl. Meyer 2017, 79). Zweck dieses Vorgehens war, die Liste der Profile so weit zu reduzieren, dass ich zwar unterschiedliche Erzählstrategien beibehalten, vor allem aber, bei der Analyse der einzelnen Selbsterzählungen in die Tiefe gehen konnte.

4.1.3 Emische Perspektiven

Dachte ich zu Beginn meiner Forschung noch, dass eine bloße Auswertung des Instagram-Materials ausreichen würde, wurde mir mit fortschreitender Forschung die inhärente Beschränkung dieser Perspektive bewusst: Wenn ich etwas über die Produktion, Verwendung und Bedeutung sowie die dahinterstehende Intention der virtuellen Selbsterzählungen über die vegane Lebensweise erfahren möchte, ist es durchaus gewinnbringend, wenn nicht sogar notwendig, die User*innen selbst zu befragen (vgl. Schändlinger 2006, 356; Müller 2017, 181). Die Verbindung aus Plattform-Ethnografie und qualitativen Interviews ermöglichte es mir, die Sicht der Personen mit einzubeziehen, die Lebenswelten möglichst „so zu verstehen wie diejenigen, die selbst in diesen Welten leben“ (Knorr 2011, 21). Zudem erschien es mir ethisch geboten, transparent den Kontakt aufzunehmen und ihr Einverständnis einzuholen (vgl. Koch 2019, 1085), auch wenn ein bloßes „detektivisches Nachspüren“ (Hamm 2011, 30) auf Instagram prinzipiell möglich gewesen wäre. Mit sieben aktiven Instagramnutzer*innen führte ich qualitative, leitfadensorientierte Interviews (vgl. Schmidt-Lauber 2007, 177) beziehungsweise narrative Interviews⁵³ durch. In den Gesprächen fragte ich sowohl nach der biografischen Einbettung der veganen Lebensweise als auch nach den Beweggründen für die Selbstinszenierung auf Instagram. Die Gesprächsform gab meinen Interviewpartner*innen Raum dafür, eigene Erlebnisse und Erfahrungen zu erzählen sowie „biografische Verknüpfungen“ (Meyer 2017, 68) vorzunehmen.

Ziel der Interviews war vor allem, die auf Instagram bereits beobachteten Praktiken und Erzählungen über das vegane Leben mithilfe der Interviewaussagen der User*innen zu kontextualisieren sowie die Erfahrungen sowie Motivationen der User*innen besser zu verstehen (vgl. Bareither 2013b, 76). Inhaber*innen von Profilen, die für meine Arbeit besonders bedeutsam erschienen, kontaktierte ich sukzessive per E-Mail oder direkt über Instagram und bat sie um ein Interview. Erwartete ich zunächst schnelle Zusagen, stellte ich schnell fest, dass die Personen zwar bereit waren, sich regelmäßig auf Instagram mit persönlichen Einblicken zu präsen-

53 Ebenso wie Silke Meyer folge ich nicht der Abgrenzung des problemzentrierten Interviews vom narrativen Interview (vgl. Meyer 2017, 67).

tieren, ein Face-to-Face-Interview ohne vorab abgestimmte Fragen jedoch auf viele abschreckend wirkte.

Mit lediglich zwei Zusagen und zum Teil gänzlich ausbleibenden Reaktionen konfrontiert, passte ich meine Strategie an. Ich veränderte mein Anschreiben so, dass ich direkt betonte, selbst vegan zu leben (und damit implizierte, nicht in öffentlichen Diskursen präsen- te Vorurteile zu teilen). Mit diesem veränderten Anschreiben gewann ich insgesamt sieben vegan lebende Interviewpartner*innen, die bereit waren, auch schwierigere Themen (wie beispielsweise Krankheit) mit mir zu beleuchten. Dabei ergab sich für mich der Eindruck, dass einige Interviewpartner*innen durch mein Bekenntnis zum Veganismus besonders motiviert schienen, mir ihre Perspektive darlegen zu dürfen – sowohl hinsichtlich ihrer alltäglichen Erfahrungen als Veganer*innen als auch im Umgang mit der Plattform Instagram. Mit diesem Vorwissen über meine Person begegneten mir alle Interviewpartner*innen meiner Einschätzung nach relativ vorbehaltlos und offen – für meine Akzeptanz im Feld war die Angabe, selbst vegan zu leben zentral, möglicherweise notwendig.

Zur Durchführung der Interviews fuhr ich jeweils in die Heimatstadt meiner Interviewpartner*innen. Dort baten mich meine Gesprächspartner*innen entweder zu sich nach Hause, was mir als Kulturanthropologin sehr gelegen kam, da ich so auch einen Blick in die Wohnungen werfen konnte, oder wir trafen uns in einem ruhigen Café ihrer Wahl. Die Interviews dauerten ein bis zwei Stunden und ich dokumentierte möglichst das komplette Gespräch per Diktiergerät.

Der für das Interview verfasste Leitfadenskatalog entstand induktiv. Ich nutzte dabei die Erkenntnisse meiner vorherigen Online-Ethnografie und passte die Fragen individuell an jede*n Interviewpartner*in an (vgl. Bareither 2017, 76). Innerhalb des Interviews versuchte ich, bewusst keinen ausgedruckten Leitfadenskatalog chronologisch durchzugehen, sondern meine Fragen intuitiv an den richtigen Stellen des Gesprächs zu platzieren, um an den Redefluss der Interviewpartner*innen anzuknüpfen und meine Interviewpartner*innen zu längeren Erzählungen zu animieren. Durch den im Vorfeld verfassten Leitfaden gewannen die Interviews an Struktur und Vergleichbarkeit, wenn auch Frageabfolge, Fragestellungen und Gesprächsverlauf jeweils variierten. Direkt im Anschluss notierte ich meine Gedanken und Eindrücke, um die Interviewsituation für die spätere Auswertung zu fixieren und zu kontextualisieren.

Mein erstes Interview, welches ich als *Test-Interview* verstehe und deshalb nicht in den genannten sieben Interviews inkludiert ist, ergab sich durch Zufall mit einer erfolgreichen YouTuber- und Instagramerin. Vanessa, zum Zeitpunkt des Interviews 27 Jahre alt, versteht sich hauptberuflich als Influencerin und kann damit ihren Lebensunterhalt bestreiten. Ihre

Kontakt Daten bekam ich aus meinem Bekanntenkreis zugespielt. Zwar ist Vanessa keine Veganerin, ich sah ein Gespräch mit ihr aber als Möglichkeit, meine Interviewfragen mit Bezug zur allgemeinen Inszenierung auf Instagram kritisch zu überprüfen und zugleich von einer Expert*in Einblick in die Umgangsweisen mit der Plattform zu erhalten. Tatsächlich war dieses Experteninterview (hinsichtlich ihrer Expertise auf Instagram) sehr ertragreich: Vanessas Erläuterungen erschlossen mir Funktionen, Zwänge sowie Mechanismen dieses Mediums, welche mir trotz meiner vorherigen Recherche und Auseinandersetzung mit Instagram noch nicht bewusst waren. Sowohl für die spätere Analyse als auch hinsichtlich der Durchführung der weiteren Interviews schätze ich dieses Test-Interview daher als äußerst hilfreich ein. An dieses Probe-Interview schlossen sich die sieben qualitativen Interviews an, die im weiteren Verlauf dieser Arbeit im Mittelpunkt stehen.

Ich befragte zwei männliche und fünf weibliche vegane User*innen. Die Anzahl an weiblichen Gesprächspartner*innen überwiegt in meinem Sample – das Verhältnis spiegelt die geschlechtliche Verteilung von Veganer*innen in Deutschland (vgl. Heinrich-Böll-Stiftung 2021). Die beruflichen Ausrichtungen sind zwar als unterschiedlich zu charakterisieren, Selbstständige und Akademiker*innen dominieren jedoch.

Zu einem geringen Anteil flossen in meine Arbeit auch autoethnografische Erkenntnisse (vgl. Ploder & Stadlbauer 2013) ein. Damit ist „die reflektierende Beobachtung meines eigenen Tuns und Fühlens“ (Bareither 2017, 69) hinsichtlich der untersuchten Praktiken gemeint. Ich nutzte die „explorative und verifizierende Funktion“ (ebd., 70) meiner eigenen Biografie, um beispielsweise bestimmte Erfahrungen bei den Interviewten zu erfragen, auf die ich ohne eigene Vorerfahrung womöglich nicht gekommen wäre. Da ich mich zu Beginn der Forschung selbst erst seit kurzem als Veganerin verstand, war mir die vegane Lebensweise einerseits vertraut, andererseits war ich noch recht neu im Feld. Die schwierigen Auseinandersetzungen mit nicht vegan lebenden Personen waren mir dadurch aber aus eigener Erfahrung bekannt. Ob im privaten oder beruflichen Raum – ich erlebte selbst emotionale Diskussionen und verstand insgesamt besser, was es im Alltag bedeutet, sich Veganerin zu nennen. Eine ausführlichere Reflexion meiner Position als Forscherin ist in Kapitel 4.3 nachzulesen.

4.1.4 Sinn und Zweck der Erhebung

Ziel meiner qualitativen Herangehensweise ist zum einen zu erörtern, wie und weshalb sich einzelne Personen auf Instagram als Veganer*innen inszenieren, weshalb sie diverse Stunden am Tag investieren und was sie sich von ihrer virtuellen Selbsterzählung versprechen. Zum anderen ließen sich anhand der multimedialen Selbstnarrationen Erkenntnisse über die Konsti-

tuierung des Selbstbildes und das jeweilige Selbstverständnis der Veganer*innen gewinnen (vgl. Meyer 2017, 22). Es ging mir um die Erschließung der Sinnwelten, Beweggründe sowie Stimmungslagen der Erzähler*innen.

Sowohl individuelle Deutungsmuster als auch kulturelle Normen erhalten häufig einen prägnanten Ausdruck in Erzählungen (vgl. Lehmann 2007b, 12; Nünning & Rupp 2012, 17) – weshalb Selbsterzählungen eine wertvolle Quelle „für die Rekonstruktion komplexer Wissens- und Deutungssysteme der Erzähler/innen in Bezug auf sich selbst und ihre Lebenswelt“ (Schwibbe 2013a, 20) sind. Die Stärke einer solchen kulturanthropologischen Analyse liegt dabei sowohl darin aufzuzeigen, dass jede*r Nutzer*in einen eigenen Handlungs- und Wahrnehmungsmodus in Bezug auf die vegane Lebensweise und in Bezug auf Instagram verfolgt, als auch in ihrem spezifischen Blick auf die Gemeinsamkeiten und sich daraus ableitenden übergeordneten Erzähl- und Handlungsmuster.

4.2 Auswertung

Um die autobiographischen Erzählungen der in dieser Arbeit im Mittelpunkt stehenden Veganer*innen analytisch zu durchdringen, entschied ich mich für die von Silke Meyer beschriebene kulturwissenschaftliche Anwendung der Narrationsanalyse (vgl. Meyer 2020, 2014). Die kulturwissenschaftliche Narrationsanalyse ordnet „das erhobene Material sowohl inhaltlich als auch formal“ (Meyer 2017, 101) und befragt die „thematischen Stränge sowie die sprachlichen Mittel auf ihre Funktionen hin“ (ebd., 101). Hierfür werden kulturwissenschaftliche Bewusstseinsforschung und Erzähltheorie mit Gesprächs- und Interaktionsanalyse kombiniert. Indem die Narrationsanalyse „latente Sinnstiftungsstrategien zwischen individueller Bedeutungszuschreibung und sozialer Struktur wahrnimmt, beschreibt und deutet“ (ebd., 91), fördert sie unsichtbare Selbstverständlichkeiten zu Tage und kristallisiert systematisch die Inhalte und sozialen Funktionen des autobiographischen Erzählens heraus.

Hinsichtlich der Auswertung der (virtuellen) Selbsterzählungen orientierte ich mich also maßgeblich an den erzähltheoretischen Arbeiten von Silke Meyer (vgl. Meyer 2020, 2017, 2014), aber auch an anderen erzähltheoretischen Werken von Gudrun Schwibbe (vgl. Schwibbe 2013a) und Ove Sutter (vgl. Sutter 2013) sowie an der sich auf Erzählungen im virtuellen Raum stützenden Arbeit von Cecilia Colloseus (vgl. Colloseus 2017). Allen eben genannten Forschungsarbeiten ist gemein, dass sie die jeweils im Vordergrund stehenden Erzählungen anhand der drei narrationsanalytischen Schwerpunkte analysieren: inhaltlich-hermeneutisch, sprachlich-formal sowie funktional (auch wenn die Bezeichnungen für diese Ebenen erstens zwischen

den Autor*innen variieren und zweitens nicht trennscharf sind). Sowohl bei der Auswertung der multimedialen Erzählungen auf Instagram als auch bei der Auswertung der qualitativen Interviews entschied ich mich ebenfalls für diese Dreiteilung, um die unterschiedlichen Erzählsettings systematisch zu analysieren und zugleich miteinander in Bezug zu setzen.

Ergänzend und nicht zuletzt, um der Bilddominanz der Plattform Instagram Rechnung zu tragen, orientierte ich mich bei der Analyse der von den User*innen veröffentlichten Fotografien an der von Nora Mathys beschriebenen seriell-vergleichenden Fotoanalyse, die wiederum auf Roland Barthes Analyse der Botschaft der Fotografie aufbaut (vgl. Barthes 2015; Mathys 2014, 223–240). Die seriell-vergleichende Fotoanalyse untersucht Mathys zufolge, welche Gesten, Motive und Inszenierungsweisen Bildserien innewohnen. „Sie dient der Erkennung der zeittypischen bildinhärenten Konnotationsverfahren [...] um so ihre Funktionsweisen und Einsatzgebiete herauszuarbeiten“ (Mathys 2014, 237). Wie die bereits Zitierten nähert auch Mathys sich ihrem Untersuchungsgegenstand auf drei Wegen, also inhaltlich, bildsprachlich und funktional.

4.2.1 Die verwendeten Werkzeuge

Vor der Beschreibung der einzelnen Analyseschritte möchte ich zunächst die für die Auswertung beziehungsweise Interpretation verwendeten *Werkzeuge* vorstellen, mit denen ich mein Material hinsichtlich der drei Ebenen analysiert habe. Um die Auswertung der multimedialen qualitativen Daten zu verschriftlichen, zu sortieren, zu visualisieren und untereinander zu vergleichen, wertete ich das empirische Material mittels des Programms MAXQDA computergestützt aus. Im Verlauf der Sichtung und Sammlung des empirischen Materials und der damit verbundenen Einpflegung in das Programm bin ich immer wieder das gesamte Material durchgegangen und habe es mit Hilfe meines später noch genauer zu erläuternden Analysekatlogs mit zahlreichen Codes und Memos versehen. Codierung beziehungsweise Verschlagwortung beziehen sich hier darauf, Daten aufzuschlüsseln, Kategorien und Konzepte zu identifizieren und in Beziehung zueinander zu setzen (vgl. Lampert 2005, 599). In meinem Material waren das Oberbegriffe wie „Tierrechte“, „Gesundheit“, „Heilung“, „Moral“, „Verzicht“ und „Netzwerk“. Diese in erster Linie induktive, aus dem Material heraus entstandene Codierung half mir dabei, das dichte Material zu organisieren und ermöglichte zugleich einen interpretativen Zugang (vgl. Schriewer 2014, 393). Ergänzend codierte ich mein Material mit narrationsanalytischen Oberbegriffen wie beispielsweise „Vergleich“, „Versachlichung“, „Rechtfertigung“ und „Erfolgsgeschichte“.

Anschließend strukturierte ich das Material nach Themensubstraten, welche sich aus der Häufigkeit und Intensität bestimmter Themen ergaben (vgl. Meyer 2017, 78). Ziel war hierbei die Entwicklung von Kategorien, die mehrere Codes thematisch zusammenfassen bzw. zusammenhalten (vgl. Christmann 2006, 286; Kozinets 2010, 119). Im letzten Codier-Schritt bestimmte ich die Kernkategorien: Hierbei identifizierte ich die zentralen Aspekte meines Materials und setzte die anderen Kategorien hierzu in Beziehung (vgl. Böhm 2010, 483; Kozinets 2010, 119). Diese Strukturierung des Materials erlaubte es mir, sowohl Häufungen als auch das Fehlen oder Vermeiden bestimmter Themen oder Erzählstrategien festzustellen (vgl. Meyer 2017, 79).

Da das ausschließliche Arbeiten mit einer zunächst quantitativ wirkenden Codierung nicht für eine qualitative Interpretation und Deutung des erhobenen Materials ausreicht (vgl. Boellstorff & Nardi et al. 2012, 166), ergänzte ich die qualitativen Daten schon während des Codierens mit ausführlichen Memos. Diese Memos halfen mir, mich von dem erhobenen Material zu distanzieren, und waren essenzielles Werkzeug meiner Analyse (vgl. Böhm 2010, 477). Innerhalb der Memos notierte ich übergreifende Zusammenhänge sowie unterschiedliche Ansätze einer möglichen Interpretation und aktualisierte diese kontinuierlich. Hier lag mir besonders daran, subjektive und kontextspezifische Aussagen herauszuarbeiten sowie zu markieren, inwiefern jede*r der Instagram-Autor*innen über einen eigenen Handlungs- und Wahrnehmungsmodus verfügt.

4.2.2 Die Analyseebenen

Inspiziert durch Gudrun Schwibbes Analyse (vgl. Schwibbe 2013a) sowie in Hinblick auf die nun mehrfach genannte Dreiteilung (hier Analyseebenen oder Ebenen genannt), entwickelte ich für jede Ebene einen Analyse katalog. Diese Kataloge – welche jeweils die Leitfragen und die verwendeten Codes pro Analyseebene umfassten – dienten der Auswertung der narrativen Interviews sowie der multimedialen Erzählungen auf Instagram. Möglich wurde dies, wie bereits weiter oben erwähnt, durch den für diese Arbeit gewählten Betrachtungswinkel des Erzählens. Denn, wie in Kapitel drei bereits ausführlicher dargelegt, können die Praktiken der Veganer*innen mit und auf der Plattform Instagram als multimediale Erzählungen über sich selbst verstanden werden. Die drei spezifischen Analyse kataloge dienten also unmittelbar der Auswertung und Interpretation des empirischen Materials:

Auf der *(bild)sprachlich-formalen Ebene* fokussierte ich die verwendeten erzählerischen Mittel. Die sprachlich-formale Analyse „kann schon bei einzelnen Worten und kleineren Wortgruppen einsetzen und beschreibt rhetorische Figuren (Metapher, Ellipse, Hyperbel etc.)

oder sprichwörtliche Redewendungen und reicht bis hin zu größeren Einheiten wie Beschreibung, Argumentation, Bericht oder Erzählung. Erzählungen wiederum können in verschiedenen Gattungen auftreten, beispielsweise als Schwank, Anekdote, traurige Geschichte oder [...] Erfolgsgeschichte und Rechtfertigungsgeschichte.“ (Schriewer 2014, 394) Daneben interessierte auch die Erzählwürdigkeit, die Erzähllogik, die Herstellung *narrativer Agency*⁵⁴ sowie der ästhetische und gestalterische Aufbau des Profils (zentrale fotografische Motive, Ideenassoziationen mittels fotografiertes Objekte, Inszenierungen mittels Körper und Objekten, Nachbearbeitungen etc.) (vgl. Barthes 2015, 18; Mathys 2014, 238; Meyer 2020, 336).

Auf der *inhaltlich-hermeneutischen Ebene* widmete ich mich den Erzählinhalten. Dabei interessierten ebenso Hauptthemen wie inhaltliche Besonderheiten. Im Material wurden Erzählstrukturen sowie wiederkehrende Erzählmuster markiert. Sinn und Zweck dieser Ebene waren außerdem die zugrundeliegenden normativen Vorstellungen, Wissensformen beziehungsweise -bestände und Weltanschauungen aus dem Material zu extrahieren (vgl. Bauernschmidt 2014, 425; Meyer 2020, 337). Die für die vorherige Ebene herausgearbeiteten (bild-)sprachlichen Formen setzte ich zudem in Beziehung zu den argumentativen Inhalten. Berücksichtigung fand darüber hinaus die Variationsanalyse, die auch danach fragt, „was nicht erzählt wird und wie diese Leerstellen zu interpretieren sind.“ (Meyer 2020, 336)

Auf der *funktionalen Ebene* untersuchte ich die verwendeten erzählerischen Mittel und thematischen Stränge auf ihre individuellen Funktionen hin (vgl. Meyer 2017, 101). Ich fragte nach der Zielsetzung der jeweiligen Selbstinszenierung beziehungsweise ihrer „funktionalen Bedeutung für den Einzelnen und die Kultur der Gruppe“ (Lehmann 2007a, 284). Hieraus ließen sich Rückschlüsse auf die Funktionen der multimedialen Selbsterzählungen von Veganer*innen auf Instagram im „Lebensprozess einer Gesellschaft“ (Bauernschmidt 2014, 424) ziehen.

4.2.3 Die Analyseschritte

Mit der soeben beschriebenen Systematik wertete ich schrittweise die (multimedialen) Erzählungen der Veganer*innen aus. In welcher Reihenfolge ich das empirische Material mit Hilfe von Codes und Memos ausgewertet habe, ist im Folgenden auch grafisch nachzuvollziehen.

54 *Agency* ist als Handlungsfähigkeit und Wirkmacht zu verstehen (vgl. Fenske 2020, 56–76). Bei der narrativen *Agency* „ist zu fragen, wer die Handlung sprachlich vorantreibt, wer also das *Movens* der Handlung ist. Wie und ergreift der/die Erzähler*in inhaltlich wie sprachlich Initiative, wo nicht? Warum tut sie dies auf diese Weise, was drückt sich darin aus, z.B. Verantwortung für das Geschehen oder Widerfahrnis?“ (Meyer 2020, 336) *Narrative Agency* meint folglich die Fähigkeit, durch die eigenen Erzählungen sowohl den eigenen Selbstentwurf als auch die Umwelt zu beeinflussen.

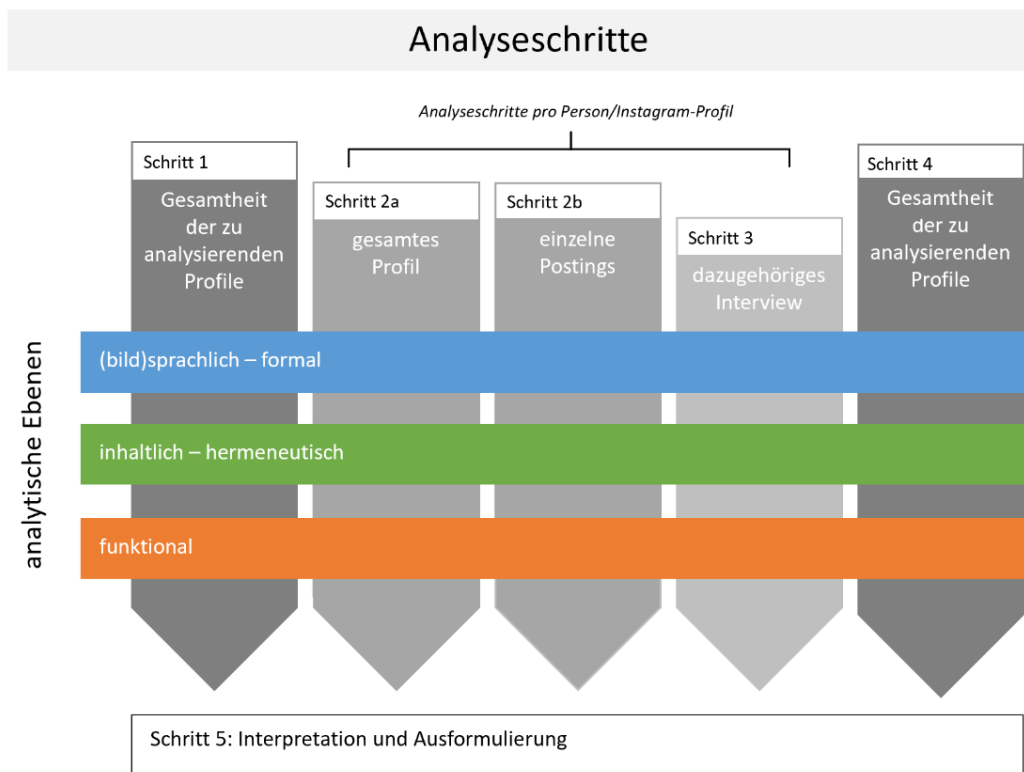


Abbildung 1: Analyseschritte

Grob veranschaulicht, schritt ich bei der Analyse von allen untersuchten Profilen überspannenden Aspekten bis hin zur Betrachtung einzelner Posts. Dies bildet die Grafik in der horizontalen Dimension ab. In der vertikalen Dimension findet sich die bereits beschriebene analytische Dreiteilung wieder, anhand derer das pro Analyseschritt auszuwertende empirische Material ausgewertet wurde. Um unnötige Wiederholungen zu vermeiden, sehe ich im Folgenden davon ab, die für alle Schritte relevanten Analyseebenen auch bei den einzelnen Schritten immer wieder neu zu nennen. Die Grafik „Analyseschritte“ verdeutlicht, in welcher Weise die analytischen Ebenen mit den einzelnen Analyseschritten verwoben sind.

Bevor nun die Darstellung meines Auswertungsverfahrens folgt, möchte ich an dieser Stelle noch anmerken, dass ich die Analyseschritte nicht unsensibel für die unscheinbaren Details durchlaufen habe. Wie in anderen Arbeiten bereits mehrfach festgestellt wurde, ist der tatsächliche Forschungsverlauf wesentlich kreativer (vgl. Köck 2007, 353) und eine strikte Befolgung von Analyse-Schritten würde eher zur einer „Desensibilisierung gegenüber dem Material und der Tätigkeit der Analyse selbst“ (Wulff 2006, 238) führen, als fruchtbare Ergebnisse zu liefern. Auch im Laufe meiner Ethnografie traten unerwartete Aspekte zutage, die zu neuen Fragen und Kategorien führten, weshalb ich die von mir dargestellten fünf Analyseschritte mehrfach

durchlaufen habe. Die Grafik und der nachfolgende Text schildern zwar das Grundgerüst, können jedoch in keiner Weise den tatsächlichen und langwierigen Weg der Auswertung wiedergeben.

Im ersten Schritt widmete ich mich allen von mir für eine genauere Analyse bestimmten Instagram-Profilen, dessen Auswahl in einem der folgenden Kapitel nachzulesen ist. Innerhalb dieses Auswertungsschritts stand die Gesamtheit eines Profils, mit allen visuellen und textlichen Elementen in ihrer Verwobenheit, im Mittelpunkt der Analyse. Daneben fand auch die Popularität eines Accounts sowie das Interaktionsverhalten der Inhaber*innen Berücksichtigung (vgl. Schuegraf & Janssen 2005, 555–561). Zunächst notierte ich allgemeine Eindrücke, Inhalte, Bedeutungen und Fragen (vgl. Leimgruber & Andris et al. 2013, 253), um eine Übersicht über die Profile zu gewinnen.

In den Schritten 2a und 2b rückte jeweils ein einzelnes Instagram-Profil in den Vordergrund. Zunächst wertete ich das gesamte Profil anhand der drei Ebenen und der in der Analyse-Grafik dargestellten Leitfragen und Codes aus. Danach arbeitete ich mit spezifischen Beiträgen. Hierfür wählte ich besonders interpretationsbedürftige Fotografien, Texte und Videos aus dem Korpus aus (vgl. Bauernschmidt 2014, 425). Dabei strebte ich eine Auswahl an, welche den jeweiligen Referenzbestand eines Profils repräsentiert. Kommentare und Bewertungen der Follower*innen flossen ebenfalls in die Untersuchung mit ein.

Während dieser detailreichen Analyse stellte ich mir wiederholt die Frage, weshalb ich diesen oder jenen Beitrag als interpretationswürdig erachtete (vgl. Kozinets 2010, 216), um die aus dieser Reflexion gewonnenen Erkenntnisse in meinen Prozess der Analyse einfließen zu lassen. Da mir diese Methode zur Distanzierung gegenüber meinem empirischen Material noch nicht ausreichend erschien, brachte ich Ausschnitte meines Materials in unterschiedliche ethnografische Supervisionsgruppen⁵⁵ ein. Dadurch konnte ich unterschiedliche multiperspektivische Lesarten eines Instagram-Profiles in die Auswertung miteinschließen.

Im dritten Schritt rückten die separat mit den Profil-Betreiber*innen geführten qualitativen Interviews in den Fokus. Insbesondere hinsichtlich der funktionalen Bedeutung von Instagram erschien es besonders fruchtbar, die von den Personen genannten Intentionen mit einzubeziehen. Sie sind es, die am besten Auskunft über die Bedeutung geben können, die sie in ihrer

⁵⁵ Kennenlernen durfte ich die ethnografische Gruppensupervision als Methode reflexiven Forschens (vgl. Hamm & Sülzle et al. 2017) durch die Teilnahme an einer von Jochen Bonz geleiteten ethnografischen Supervisionsgruppe. Etwas abgewandelt wendeten meine Stipendiatkolleg*innen und ich jene Form der Interpretation in Gruppen an, nicht zuletzt, um die Interdisziplinarität unseres Kollegs bei der Auswertung unserer Materialien noch stärker auszuschöpfen.

öffentlichen Selbsterzählung sehen – und über den biografischen Kontext der Entstehung (vgl. Kübler 2000, 65).

Die qualitativen Interviews ergänzten also meine Auswertung des Materials aus dem virtuellen Raum und wurden nach der Aufnahme ebenfalls codiert und narrationsanalytisch ausgewertet. Wie bei den Profilen nutzte ich zur Auswertung der Interviews die Software MAXQDA. Im Programm codierte ich die geführten Gespräche anhand der Audiodatei. So konnte ich die ursprüngliche Erzählsituation durch ein mehrfaches Anhören der Tondatei erschließen und die Stimmlage der Personen sowie Nebengeräusche des Umfelds einbeziehen. Besonders markante Stellen transkribierte ich zusätzlich passagenweise. Da die Analyse der jeweiligen Instagram-Profile bereits zuvor erfolgt war, konnte ich die im Interview getroffenen Aussagen meiner Interviewpartner*innen ihren öffentlich getätigten Aussagen kritisch gegenüberstellen (vgl. Schmidt-Lauber 2007, 183; Boellstorff & Nardi et al. 2012, 171).

Der vierte Schritt führte die Betrachtung vom Einzelfall zurück zum weiteren Betrachtungswinkel, der alle sieben für die vorliegende Arbeit untersuchten Profile mit einbezog. Ich widmete mich den Ergebnissen also vergleichend, um sowohl Unterschiede als auch mögliche gemeinsame Erzählstrategien aufzuspüren. Schließlich interessierte mich außerdem, in welchem intermedialen und historischen Kontext die Beiträge erschienen (vgl. Lehmann 2007a, 282; Nünning & Nünning et al. 2010, 301). Hierzu zog ich öffentliche Bilder aus Werbung und Filmen, vor allem aber weitere Instagram-Profile hinzu, da diese die Selbstinszenierungen von Veganer*innen auf Instagram maßgeblich beeinflussen. „Erst eine solche Kontextualisierung erlaubt Verallgemeinerungen zu den Fotopraktiken, Wahrnehmungsweisen und Funktionen.“ (Mathys 2014, 229) Der stetige Wechsel zwischen den Beiträgen und dem Kontext half bei der Erschließung der gesellschaftlich-kulturellen sowie individuellen Bedeutung (vgl. Köck 2007, 352).

Im fünften Schritt saß ich vor einer Vielzahl an codierten Dateien, Memos und Feldforschungsnotizen. Ich folgte „den Spuren der Daten, um Antworten auf meine Forschungsfrage zu finden und mein Forschungsdesign laufend zu überprüfen. Ich benutze die Forschungsfragen wie einen Anker, den ich in das Meer der Materialien werfe.“ (Dracklé 2015, 394) Dracklé beschreibt diesen Übergang zum Schreiben des Rohtextes als eine Art Montage. An diesem Punkt verbanden sich die herausgearbeiteten Interpretationsansätze miteinander und lieferten thesenartige Antworten auf die Forschungsfragen, welche nun in theoretische Zusammenhänge gebracht werden konnten.

Auch dieser Schreibprozess führte erneut zu weiteren Gedanken und Spurensuchen (vgl. Bechdorf 2007, 308; Boellstorff & Nardi et al. 2012, 169), weshalb ich ein weiteres Mal darauf

hinweisen möchte, dass mein dargestelltes Vorgehen als zirkulärer Forschungsprozess zu verstehen ist. Das empirische Material wurde in Rückbindung immer wieder aufs Neue befragt, bis sich mir keine weiteren eklatanten Aspekte mehr ergaben (vgl. Bechdorf 2007, 302). Dieser Prozess ermöglichte eine komplexe und variationsreiche Darstellung des Feldes, die einen zu frühen Abschluss der Interpretation zu vermeiden suchte (vgl. Koch 2015, 187).

Vermutlich ließe sich dieser zirkuläre Prozess der Auswertung noch lange Zeit weiterverfolgen, nicht zuletzt aufgrund der Schnelllebigkeit der sozialen Medien und der Plattform Instagram im Speziellen. Für einzelne Forscher*innen ist daher kaum eine theoretische Sättigung zu erreichen – derartige Verfahren bleiben immer unabgeschlossen (vgl. Götzö 2014, 452) und sind in gewisser Hinsicht immer eine kreative Leistung des Forschenden (vgl. Lampert 2005, 603). Die später dargebotenen Ergebnisse sind daher auch nicht als endgültige Wahrheit zu betrachten, sondern als eines von zahlreichen möglichen Deutungsangeboten für Selbsterzählungen von Veganer*innen auf Instagram.

4.3 Autoethnografische Reflexionen und Quellenkritik

Selbstbefragung und Selbstreflexivität gelten heute als ein „Gemeinplatz ethnologischen Forschens“ (Meyer 2017, 80). Im Vordergrund steht nachfolgend vor allem die Reflexion meiner Beziehung zum Forschungsfeld. Immerhin wurde der Forschungsprozess durch mich als Forscherin mitbestimmt (vgl. Simon 2015a, 93).

„[...] die kulturwissenschaftliche Arbeit ist eine deutende und verstehende, eine reflexive und die Forscher_innen involvierende, eine idiografische und keine nomothetische Arbeit, sie ist auch eine Arbeit an und mit gesellschaftlichen Debatten, zu denen man schon Position bezieht, wenn man sie nur zitiert — oder wenn man sich überhaupt nur für ein Thema in ihrem Umkreis entscheidet.“ (Wietschorke 2019, 90)

Als Kulturanthropologin lege ich den Lesenden offen, aus welcher Position meine Arbeit verfasst wurde und welchen Einfluss ich als Forscherin auf meine Forschung genommen habe. Auch die Beziehung zwischen der forschenden Person und den Beforschten gilt es offenzulegen sowie Schwachstellen des methodischen Vorgehens zu beleuchten.

Gleichwohl sollen die folgenden reflexiven Überlegungen nicht suggerieren, mir als Forscherin sei es anhand reflektierender Überlegungen möglich, eine objektive Beobachterinnenperspektive außerhalb meiner eigenen einzunehmen (vgl. Uhlig 2016, 22). Als ethnografische Forscherin kann ich, egal wie sehr ich meine eigene Position reflektiere, nie „zu einem reinen Durchgangsmedium“ (Voss 2011, 107) werden. „Die ethnographische Autorität lässt sich nie

vollständig aufheben, ethnographisches Schreiben und Übersetzen wird immer einen literarisch-konstruktiven Charakter behalten.“ (ebd., 107) Umso wichtiger ist es, den Forschungsprozess zu reflektieren und Lesenden eine Arbeit zu offerieren, die nicht nur eine einzige Perspektive diktiert, sondern multiperspektivische Deutungsangebote unterbreitet.

4.3.1 Die Wirkung des Feldes

Dass der*die Forscher*in Einfluss auf das eigene Feld nimmt, ist wahrlich keine sonderlich neue Erkenntnis mehr, daher steht zunächst die umgekehrte Fragestellung im Mittelpunkt: Inwieweit prägte mein Untersuchungsfeld mich als Forscherin und dadurch auch meine Forschung?

Ich setze mit meinen reflexiven Überlegungen zu Beginn meines Forschungsprojekts an. Der Forschungsprozess lehrte mich, dass Menschen im Zusammenhang mit meiner Forschungsarbeit häufig die Frage stellen, ob ich selbst auch vegan lebte. Dieser Frage möchte ich mich explizit widmen – auch auf die Gefahr hin, dass man mir womöglich ‚Befangenheit‘ vorwerfen wird. Doch wer sich schon länger mit ethnografischen Forschungen beschäftigt, weiß, dass es im Grund keinerlei unbefangene Forscher*innen geben kann. Kein*e Ethnograf*in kann sich vollständig von der eigenen Perspektive befreien.

Zu Beginn meiner Forschung lebte ich nicht vegan. Allerdings ernährte ich mich bereits knapp sechs Jahre lang aus tierethischen Gründen vegetarisch. Eine vegane Ernährung erschien mir zwar hinsichtlich des tierethischen Aspekts konsequenter, zugleich wirkte ein strikter Verzicht auf tierische Produkte auf mich ‚extrem‘ und in der alltäglichen Umsetzung schwerlich praktikabel. Zugleich bewunderte ich Veganer*innen für ihre Konsequenz – auch weil ich mir eine vegane Lebensweise sehr anstrengend vorstellte, insbesondere aufgrund des sozialen Gegenwinds. Mit Neugier beobachtete ich, wie schnell sich manche Gemüter erhitzten, sobald das Wort ‚vegan‘ in einer Unterredung fiel – und diese Neugierde war es schließlich, die mich zu meinem Forschungsvorhaben brachte.

Motiviert durch den Gedanken, dass ein autoethnografisches Erfahren und Erleben für das Verständnis meines empirischen Materials produktiv sein könnte, entschied ich mich für einen 30 Tage andauernden Selbstversuch. Ziel war es, einen Monat lang vegan zu leben, um durch die am eigenen Leib gemachten Erfahrungen die Erzählungen meiner späteren Gesprächspartner*innen besser nachvollziehen zu können. Die Umstellung fiel mir leichter als gedacht. Auch wenn die Reaktionen in meinem sozialen Umfeld nicht immer positiv ausfielen, strengte mich der Verzicht weniger an als erwartet. Da ich mich im Zuge der Recherche für mein Forschungsprojekt intensiv mit den Beweggründen für eine vegane Lebensweise auseinander-

setzte, verschob sich auch mein ‚privater‘ Fokus. Galt zuvor meine Aufmerksamkeit primär Argumenten, die gegen eine vegane Ernährung sprachen, beschäftigten mich nunmehr nahezu täglich Argumente, mit denen Menschen ihre vegane Ernährung begründeten. Mein veganes Essverhalten empfand ich zunehmend als stringent und aus tierethischer Perspektive logisch. Aufgrund dieser positiven Erfahrungen behielt ich die vegane Ernährung auch nach Ablauf der 30 Tage bei.

Es liegt auf der Hand, dass die Beschäftigung mit meinem Forschungsgegenstand einen nachhaltigen Einfluss auf mich ausübte – als Privatperson und als Forscherin. Ebenso offensichtlich ist, dass ich dem veganen Lebensstil oder vielmehr vegan lebenden Personen positiv gesinnt bin. Diese Involviertheit hat in mir immer wieder Zweifel hinsichtlich des Auswertungsprozesses und der Darstellungsweise hervorgerufen: Ich fragte mich, ob ich aus dieser Haltung heraus überhaupt eine wissenschaftliche Arbeit zu diesem Thema verfassen könne. Selbstverständlich habe ich stets versucht, mich von meiner ‚privaten‘ Haltung zu distanzieren und meine mögliche Befangenheit kontinuierlich zu reflektieren. Gleichwohl liegt es mir fern, zu behaupten, dass mich meine Forscherinnenposition als ‚being insider‘ nicht unbewusst bei der Konzeption meiner Forschung und der Auswertung des Materials beeinflusst hat. Zur intellektuellen Redlichkeit gehört jedoch auch anzuerkennen, dass die Interpretation empirischer Daten grundsätzlich perspektivgebunden bleibt (vgl. Falk 2014, 221). Diese „Problematik des ‚being in culture while looking at it“ (Sutter 2013, 139) ist in Feldforschungen ein grundlegendes Problem, dass sich auch durch ein aufwändiges Studiendesign kaum beheben lässt. Bei ethnografischen Forschungen muss dieses Dilemma daher zwangsläufig in Kauf genommen werden – einen „perspektivlosen Ort der Wahrheit“ (Massmünster 2014, 536) gibt es nicht.

Im weiteren Verlauf meiner Forschung kam ich weiterhin zu der Erkenntnis, dass meine Involviertheit nicht nur ‚hinderlich‘ war, sondern zugleich produktiv. Durch meine vegane Lebensweise machte ich ähnliche Erfahrungen wie die Befragten. Vor diesem Hintergrund subjektiver Erfahrung konnte ich die ihrerseits verbalisierten Erlebnisse und Emotionen besser nachvollziehen. Ich kenne die skeptischen bis übergriffigen Nachfragen, weshalb ich mich vegan ernährte, ob es nicht gesundheitsschädlich sei, wie ich das denn in einer möglichen Schwangerschaft halten würde und ob ich meine Kinder, wenn ich denn schließlich welche hätte, vegan ernähren wolle. Auch Nachfragen mit skeptischem Unterton von Seiten anderer Wissenschaftler*innen kenne ich gut. Eine der mir am häufigsten gestellten Fragen, wenn ich das Thema meiner Promotion erwähnte, war die nach meiner eigenen Ernährungsweise und ob es für meine Forschungsarbeit nicht problematisch sei, wenn ich selbst Veganer*in sei.

Mit dieser Erfahrung schein ich nicht allein zu sein – auch anderen Autor*innen, die sich mit Verzicht auf Tierprodukte beschäftigen, machen diese Erfahrungen. So schreibt beispielsweise der Autor Richard David Precht im Buchumschlag seines Werks *Tiere denken*: „Ich habe ein dickes Buch zu unserem Verhältnis zum Tier geschrieben, und alle wollen nur wissen, was ich esse.“ (vgl. Precht 2016) Ähnliches berichtet der Autor des Buchs *Tiere essen* Jonathan Safran Foer (vgl. Foer 2013). In einem Interview mit der ZEIT erklärt Foer, dass ihm diese wiederkehrende Frage nach seiner Ernährungsweise unangenehm sei (vgl. Die Zeit 2020). Bis heute sind mir derartige Fragen ebenso unangenehm, da ich, ähnlich wie Foer, vermeiden möchte, dass sich andere Menschen in meiner Gegenwart unwohl fühlen, wenn sie im Gegensatz zu mir ‚Tiere‘ essen. Im wissenschaftlichen Umfeld fürchtete ich weniger das Gefühl des Unwohlseins, sondern vor allem den Vorwurf der Befangenheit. Nicht selten sah ich mich im Anschluss auf die Frage nach meiner Ernährungsweise zu Rechtfertigungen gezwungen. Meist verwies ich knapp darauf, dass ich diese Entscheidung im Laufe meiner Forschung getroffen habe.

Rückblickend scheint sich der Schritt zur veganen Lebensweise für meine Forschungsarbeit produktiv ausgewirkt zu haben: Ohne die gemachten Erfahrungen wäre ich vermutlich weniger für die Erfahrungen der Befragten sensibilisiert gewesen. Auch der Zugang zum Feld hätte sich schwieriger gestaltet, zumal damit zu rechnen ist, dass das mir entgegengebrachte Vertrauen seitens meiner Interviewpartner*innen geringer ausgefallen wäre. Die Involviertheit birgt also Nachteile wie Vorteile. Höchstwahrscheinlich kann jede Forscher*innenperspektive wertvolle Erkenntnisse zu Tage fördern, wichtig ist jedoch, diese Perspektive für die Lesenden transparent zu machen.

4.3.2 Die Willkür der Auswahl?

Auch jede Auswahl von Quellen unterliegt der Situiertheit der Forscher*in. Eine mögliche Verzerrung liegt darin, dass in den späteren Fallanalysen nur jene Personen zur Sprache kommen, die sich auch zu einem Interview bereitklärten. Damit nehmen vor allem Personen Raum ein, die bereitwillig über sich selbst erzählen – in interviewbasierten Forschungsansätzen lässt sich dieser Zuschnitt kaum vermeiden, da eine gewisse Redseligkeit sogar gewünscht ist. In einer Forschungsarbeit, die sich den Selbsterzählungen auf Instagram widmet, vermutlich noch weniger. Nichtsdestoweniger sollte den Lesenden diese Verzerrung bewusst sein.

Erwähnenswert hinsichtlich der Auswahl an Interviewpersonen ist weiterhin, dass sich die per E-Mail oder Instagram angefragten Personen zunächst schriftlich rückversicherten, dass es bei meiner Forschungsarbeit nicht um eine negative Darstellung des Veganismus gehe. Nach-

dem ich ihnen versicherte, dass ich keinerlei Bewertung des Veganismus anstrebte und zudem selbst eine vegane Lebensweise verfolgte, erklärten sie sich (meist erklärtermaßen wohlwollend) zu einem Interview bereit. Aufgrund dieser Erfahrungen ging ich bei meinen späteren Interviewanfragen dazu über, direkt zu thematisieren, dass es mir um keinerlei Bewertung des Veganismus gehe und erwähnte zugleich, dass ich selbst Veganerin sei. Diese Erfahrungen lassen die Überlegung zu, dass andernfalls möglicherweise viele der Interviews nicht zustande gekommen wären. Die von den Veganer*innen im Alltag gemachten Erfahrungen der Ablehnung waren über kulturell geprägte Verhaltensformen also bereits bei der Kontaktaufnahme präsent. Hierin deutet sich eine in den Fallanalysen noch deutlich herauszuarbeitende vorsichtige Grundhaltung im Umgang mit Nicht-Veganer*innen an. Es ist gut möglich, dass die Ergebnisse anders ausfallen würden, wenn die Forschung von einer nicht vegan lebenden Person durchgeführt würde, allein schon, wenn potenzielle Interviewpartner*innen die Anfrage schlichtweg verneinen würden.

4.3.3 Die Interviews

Obwohl meine Interviewpartner*innen mir in gewisser Hinsicht einem Gefallen taten, da ich für meine Untersuchung auf sie angewiesen war, hatte ich den Eindruck, dass sie sogar froh waren, dass eine dem Veganismus gegenüber offensichtlich positiv eingestellte Person Veganer*innen in den Mittelpunkt einer wissenschaftlichen Arbeit rückt. Einzelne Interviewte äußerten während unserer meist mehrstündigen Zusammenkünfte, dass sie hofften, meine Forschung möge dazu beitragen, über die Problematik des Umgangs mit Tieren oder der Natur im Allgemeinen aufzuklären. Sie hofften auf eine wachsende Sichtbarkeit des Veganismus und den Abbau virulenter Vorurteile gegenüber Veganer*innen – ob die Arbeit das leisten kann, bleibt mir allenfalls zu hoffen.

Rückblickend ergibt sich für mich der Eindruck, dass meine Interviewpartner*innen in mir eine Art Verbündete sahen. Mein ‚Status‘ als Veganerin gab mir einen weitreichenden Vertrauensvorschuss. Gefühle des Vertrauens stellten sich vermutlich auch deshalb ein, da ich die Sprache des Feldes sprechen konnte, also über Wissen in Form von Zahlen, politischen Regelungen und bekannten Personen der veganen Bewegung verfügte. Für meine Gesprächspartner*innen signalisierte ich damit noch einmal stärker meine Nähe zum Feld.

Während der Interviews gelang es mir nach meinem Empfinden, eine lockere, entspannte und mithin vertraute Gesprächsatmosphäre zu schaffen. Ein Indiz für das mir entgegengebrachte Vertrauen ist, dass die von mir befragten Personen teilweise Details offenlegten, die sie auf Instagram nicht preisgaben. Sophie erzählte mir beispielsweise von den unterschiedlichen

Stadien ihrer Essstörung bis zur Bulimie – online hingegen sparte sie diesen Aspekt bewusst aus. Zwar war ihre Magersucht eines ihrer leitenden Erzählthemen auf Instagram, genauso wie die positiven Auswirkungen ihrer veganen Lebensweise auf ihren Heilungsprozess, ihre bulimische Zeit kam jedoch in keinem Post vor. Im Interview erklärte Sophie, dass das Thema Bulimie ihrer Einschätzung nach zu unästhetisch für ihr Instagram-Profil sei. Gemeinsam fragten wir uns im Gespräch, ob das Teilen ihrer Erfahrungen mit der Bulimie – trotz der negativen ästhetischen Aspekte – womöglich einen Mehrwert für ihre Follower*innen mit sich bringen könnte. Dieses Beispiel veranschaulicht nicht nur das mir entgegengebrachte Vertrauen, sondern auch, dass ich, zumindest in manchen Interviews, aus meiner Rolle als Interviewerin ausscherte. Bezogen auf Sophie wurde mir knapp einen Monat nach unserem Treffen deutlich, welche Auswirkungen Forscher*innen auf Beforschte haben können: Es tauchte der erste Instagram-Post zum Thema Bulimie auf Sophies Account auf. Wiederum eine Woche später schrieb Sophie mir eine herzliche E-Mail, in der sie sich noch einmal für das inspirierende Zusammentreffen bedankte. Eine alleinige Analyse der virtuellen Selbsterzählungen auf Instagram hätte sicherlich nicht den gleichen Tiefgang bei der Auseinandersetzung mit den Individuen hinter dem Account erreicht. Durch die Interviews konnten biografische Aspekte in die Analyse miteinfließen, die eine vielschichtige Sichtweise auf die vegane Lebensweise und die virtuelle Selbstinszenierung eröffnen.

Während der Interviews verfolgte ich insgesamt eine verstehende Interviewhaltung. So bezog ich beispielsweise auch hinsichtlich der unglücklichen Zustände in den Intensivtierhaltungen politische Stellung und ergriff beispielsweise bei Hanna Partei, wenn ich ihr meine Bewunderung für ihren Tierrechtsaktivismus aussprach. Ohne diese *ero-epische Gesprächsführung* (vgl. Girtler 2001, 147) hätte ich meine Rolle nicht durchhalten können, oder der Gesprächsfluss wäre dadurch gehemmt worden – ähnliche Erfahrungen machten bereits andere Ethnograf*innen (vgl. Meyer 2017, 85). Dieses Vorgehen kann man kritisieren, da ich das Interview beeinflusste, indem ich Position bezog oder dies zumindest suggerierte. Doch auch, wenn ich mich diesbezüglich zurückgehalten hätte, wären die Gespräche weiterhin beeinflusst gewesen, denn jedwede Haltung einer interviewenden Person beeinflusst die Interviewten – auch eine bewusste Zurückhaltung.

Trotz der nach meinem Empfinden geglückten Unterredungen bleiben Interviews auf eine gewisse Art und Weise künstlich. Die durch die Interviewführung gewonnenen Daten sind stets an die „zwischenmenschliche Situation des wissenschaftlichen Interviews“ (Uhlig 2016, 66) gebunden. Sie sind sowohl von den Fragen und Stimmung der Interviewer*in bestimmt als auch von der Tendenz der interviewten Person, sich in einem bestimmten Licht darstellen zu wollen

(vgl. Hine 2015, 115). Interviewpartner*innen geben nur zu einem bestimmten Grad das preis, was sie preisgeben wollen. Im Nachhinein hätte ich beispielsweise gerne noch mehr biografische Fragen in das Interview integriert, andererseits hätte das den Gesprächsverlauf womöglich noch künstlicher gestaltet.

Freilich lässt sich dieser Aspekt der Künstlichkeit auch auf die analysierten Instagram-Profile ausweiten. Ob analog oder digital, die Selbsterzählungen sind stets als eine „vorzeigbare Version der Erlebten“ (Schmidt-Lauber 2007, 183) zu sehen. Unabhängig davon, mit welchen Methoden wir uns Einzelnen empirisch nähern – als Ethnograf*innen können wir „Menschen nicht in ‚die Köpfe gucken‘ und festhalten, was sie ‚wirklich‘ denken“. Wie schon Mirko Uhlig festgestellt hat, ist dies „aber kein Manko der Forschung, sondern eine begrüßenswerte Grenze.“ (Uhlig 2016, 483)

4.3.4 Virtuelles Eintauchen

Hinsichtlich der ausgewerteten Instagram-Profile ist anzumerken, dass diese einer stetigen Anpassung seitens der User*innen unterliegen. Das Feld befindet sich fortwährend im Fluss, verändert sich im Grunde minütlich. Permanent entsteht neues Material, altes verschwindet. Diese Veränderungen können nur bis zu einem gewissen Grad berücksichtigt werden. Eine Ethnografie nötigt den*die Ethnograf*in immer dazu, die Erhebungsphase zeitlich zu begrenzen, andernfalls wäre ein Forschungsprojekt nicht abschließbar. Ab einem gewissen Zeitpunkt konnten Änderungen innerhalb des Feldes daher nicht mehr in die Arbeit einfließen, und der für meine Forschung gewählte Ausschnitt und die daraus resultierenden Deutungsangebote basieren folglich auf einer Momentaufnahme.

Nun wird empirischen Materialien aus sozialen Medien gerne eine Besonderheit unterstellt. Das via Instagram veröffentlichten Material sei überaus ‚inszeniert‘ (vgl. Schroer 2006, 57). Dieser Eindruck ergibt sich daraus, dass soziale Ereignisse und alltägliche Praktiken für die Präsentation im virtuellen Raum in Daten umgewandelt werden müssen. Damit einher geht mithin ein aufwendiger Gestaltungsprozess. Wie alle archivalischen Quellen entziehen sich aber auch die auf Instagram veröffentlichten Beiträge der Beobachtung ihres Entstehungsprozesses. Derartige Quellen „sind immer nur vermittelt zu untersuchen“ (Göttsch-Elten 2007, 23). Als Beobachter*in sieht man bei einem isolierten Posting nur das, was die Profilinhabenden preisgeben wollten. Eine vorschnelle Schlussfolgerung hieraus wäre, dass sich an diesen Quellen keine ‚Wirklichkeit‘ ablesen lasse, da sich gerade im virtuellen Raum jede*r prinzipiell im besten Licht darstelle. Diesem Argument lässt sich jedoch ohne Weiteres seine Wichtigkeit nehmen: Denkt man beispielsweise an die populäre und anschauliche Gesellschaftstheorie

Erving Goffmans (vgl. Goffman 2014), rückt die Erkenntnis in den Vordergrund, dass Menschen grundsätzlich in soziale Rollen schlüpfen. Egal aus welchem Betrachtungswinkel, der beobachtete Mensch wird, solange er in einer sozialen Situation ist, immer eine bestimmte Rolle übernehmen. Es geht auch in dieser Arbeit nicht darum, die ‚hinter‘ den Instagram-Profilen „verborgene(n) Wirklichkeit(en) ans Licht zu befördern.“ (Uhlig 2016, 481) Die Selbsterzählungen auf Instagram werden nicht als Fassade behandelt, sondern als eine Technik des Selbst, als eine von vielen Ausdrucksmöglichkeiten eines Individuums. Womöglich spiegelt sich in diesen bewussten Selbstentwürfen sogar besonders gut, wie sich die befragten Veganer*innen selbst sehen und von anderen wahrgenommen werden wollen, da sie sich um ihre Selbsterzählung so viele Gedanken machen.

Nichtsdestoweniger muss den Lesenden möglichst transparent gemacht werden, in welchem Rahmen und Kontext die virtuellen Selbsterzählungen entstehen, um ihnen ein ‚mündiges‘ Leseverhalten zu ermöglichen. Daher ist den Rahmenbedingungen der virtuellen Selbsterzählungen in dieser Arbeit ein eigenes Kapitel gewidmet.

4.3.5 Auswertungsgrenzen

Bei der Auseinandersetzung mit einem von vielen Zuschreibungen und Wertungen aufgeladenen Forschungsthema (vgl. Bareither 2017, 89) wie dem Veganismus wurden an mich als Forscherin immer wieder unterschiedliche Erwartungen herangetragen – vor allem im Rahmen interdisziplinärer Tagungen wurde aus der Sicht anderer Disziplinen eine wertende Einschätzung gefordert. Daher sei abschließend noch einmal darauf verwiesen, was die vorliegende Arbeit nicht leistet: Ich möchte in keiner Weise die vegane Lebensweise oder die beobachtenden Praktiken auf Instagram bewerten, sondern unterschiedliche Perspektiven aufzeigen und diese miteinander in den Dialog setzen. Von einer „oberlehrerhaften Bevormundung der Forschungspartner[*innen]“ möchte ich mich bewusst distanzieren, gleichzeitig jedoch die Möglichkeit nutzen, das von den Akteur*innen „Erfahrene und Erlebte alternativ zu betrachten und somit neue Möglichkeiten des Verstehens zu erschließen.“ (Uhlig 2016, 483) Entsprechend ziele ich mit dieser Arbeit auf eine Deutung mittlerer Reichweite und nicht auf eine repräsentative Deutung.

Die genannte Multiperspektivität sollte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass Lesende letztlich nur das lesen, was Forscher*innen preisgeben. Die Untersuchten schreiben sich „nur soweit in den Text ‚ein‘, wie dies die Autoren zulassen“ (ebd., 65) und die Resultate sind „nichts als aus Sicht der Forschenden gemachte und argumentativ unterlegte Interpretationen“ (Massmünster 2014, 527).

4.3.6 Visuelle Darstellungsgrenzen

Bei einer Forschungsarbeit, die sich mit Instagram befasst, könnte man als Leser*in womöglich davon ausgehen, dass zahlreiche Kapitel mit verschiedenen Bildzitatzen angereichert sind. Dennoch habe ich bewusst darauf verzichtet und stattdessen Bilder umschrieben. Aus mehreren Gründen bin ich so verfahren.

Zum einen sind Abbildungen in wissenschaftlichen Arbeiten nur sinnvoll, wenn sie die gezogenen Schlüsse inhaltlich unterstützen und nicht nur einen illustrativen (oder voyeuristischen Zweck) erfüllen. Diese argumentative Untermauerung kann, so meine ich, eine Beschreibung eines Bildes genauso gut leisten. Zum anderen ist die Verwendung von Bildmaterial in wissenschaftlichen Arbeiten oft mit rechtlichen und ethischen Bedenken verbunden. Um das nötige Feingefühl hinsichtlich der Nutzer*innen und ihrem Recht auf Privatsphäre walten zu lassen, habe ich mich entschieden, die in der Arbeit behandelten Veganer*innen anonym zu halten. Dies schließt schon einmal die Abbildung von Fotografien, auf denen meine Interviewpartner*innen zu erkennen sind, grundsätzlich aus. Doch auch ohne erkennbare Gesichter, wäre eine Person anhand von Bildzitatzen schnell zu identifizieren, selbst wenn ich auf die genaue Quellenangabe verzichten würde.

Hinzu kommt die schiere Menge an Bildmaterial. Keinesfalls alle ausgewerteten Bilder ließen sich in dieser Arbeit abdrucken. Eine reduzierte Auswahl hätte wiederum eher einen illustrativen als einen argumentativen Zweck und könnte die Wahrnehmung der Fallbeispiele verzerren.

Nichtdestotwenger ist die Verwendung von Bildbeschreibungen nicht in allen Fällen die ideale Alternative zu Bildzitatzen – so könnten Leser*innen anhand des tatsächlichen Bildes womöglich noch besser zu eigenen Schlüssen kommen. Gleichwohl vertrete ich die Position, dass dieser etwaige Mangel nicht die ethischen Bedenken von der Hand weisen sollte, weshalb ich mich schlussendlich dazu entschieden habe, die Profile und darauf zu findenden visuellen Inhalte grundsätzlich zu umschreiben.

4.3.7 Einfluss der Leser*innen

Neben dem Einfluss der Forscherin haben aber auch die Lesenden in gewisser Hinsicht Einfluss darauf, welche Erkenntnisse sie aus dem Gelesenen ziehen, da sie freilich an ihre eigene Sinn- und Deutungswelt gebunden sind. Daher möchte ich Lesende abschließend dazu einladen, immer wieder ihre eigene Sichtweise sowie ihre Reaktionen auf das von mir Geschriebene zu beobachten.

Im deutschsprachigen Raum sind bekanntlich wenige Menschen Veganer*innen (vgl. BMEL 2021). Die Mehrheit der Lesenden wird folglich nicht vegan leben. Es könnte gut sein, dass Sie sich als Leser*innen omnivor ernähren und sich zugleich als tierlieb wahrnehmen. Dadurch kann die Arbeit einen empfindlichen Nerv treffen. „Most people care about animals and do not want to see them harmed but engage in a diet that requires them to be killed and, usually, to suffer.“ (Loughnan & Bastian et al. 2014, 104)

Die beim Lesen möglicherweise evozierte kognitive Dissonanz, die Fleischesser*innen spüren können, wenn sie ihre Tierliebe mit ihrer Tierprodukte inkludierenden Ernährungsweise in Einklang bringen müssen, kann emotional anstrengend sein und in Abwehrhaltungen münden. Lesenden empfehle ich daher stets im Hinterkopf zu behalten, dass die später offerierten Deutungsangebote die vegane Lebensweise aus Sicht der Akteur*innen beleuchten. Inwieweit sich Leser*innen auf diese Perspektive einlassen oder sie stattdessen als Kritik an einem nicht-veganen Lebensstil persönlich nehmen, vermag die Konzeption dieser Arbeit nur geringfügig zu beeinflussen.

5 Fallbeispiele: Veganer*innen auf Instagram

5.1 Robert, der Inspirator

„Ich will gemeinsam mit euch den Veganismus reif für den Mainstream machen.“

Klickt man sich durch Roberts Instagram-Profil, wirkt es wie das eines Experten für vegane Ernährung. Sein Profil ist gespickt mit zahlreichen bunten Grafiken und von ihm gestalteten Collagen, auf denen Robert sich sprachlich zum Veganismus bekennt. „Jedes Essen ist ein Stimmzettel für oder gegen Tierleid.“ Dazwischen finden sich Selbstporträts, auf denen Robert häufig zusammen mit Tieren posiert oder selbstbewusst mit ‚Statement-Shirt‘ am Leib in die Kamera lächelt. Ein schwarzes T-Shirt mit der weißen Aufschrift „vegan Hero“ scheint bei Robert besonders beliebt. Fehlen dürfen in dieser Aufzählung auch nicht die gemeinhin gerne als *Foodporn*⁵⁶ bezeichneten Essensfotografien, mit denen ebenfalls sein Profil gespickt ist. Mit der typischen *Instagram-Ästhetik* (vgl. Gunkel 2018) erstrahlen Roberts vegane Speisen in bunten und intensiven Farben, wurden sichtlich mit Mühe von ihm für seine Fotografien arrangiert.

Im Vergleich zu den anderen für diese Arbeit untersuchten Profilen sind Roberts Bildbeiträge insgesamt recht textlastig. Auf knapp der Hälfte aller hochgeladenen Bilder springen dem Betrachtenden große Schriftzüge oder Grafiken ins Auge, darunter überwiegend längere Textabschnitte, die inhaltlich an das visuelle Material anschließen. Robert rückt damit ein Stück weit von der ursprünglichen Idee hinter Instagram ab, da nur knapp die Hälfte seiner Beiträge tatsächlich Fotografien sind, während die andere Hälfte aus von ihm selbstgestalteten Bild-Collagen besteht.

Die Bilduntertexte sind in der Regel ähnlich aufgebaut. Zunächst thematisiert Robert die vielversprechenden Auswirkungen des Veganismus allgemein sowie seine eigenen, durchweg positiven Erfahrungen als Veganer. Spätestens in den letzten Absätzen seiner Texte wechselt Robert in der Regel in Du-Formulierungen, adressiert seine Leser*innen direkt. Hier appelliert Robert an sie, ihr alltägliches Essverhalten zu hinterfragen – und zu ändern. „Sei die Veränderung, die du in der Welt sehen willst.“ „Du hast die Freiheit dich zu entscheiden, zwischen

⁵⁶ Nahrungsmittel und Gerichte werden ästhetisch drapiert und von den User*innen aus verschiedenen Gründen im Vorfeld ihres eigentlichen Verzehrs fotografiert. Der Zusatz „porn“ deutet auf Parallelen hinsichtlich Verbreitung, Ästhetik und Rezeption von Pornografie und Speise-Inszenierungen hin (vgl. Schröder 2017). Für genauere Ausführungen siehe Kapitel Sophie.

tierischen und pflanzlichen Produkten. Es war nie so einfach wie heute! Genieße die Vielfalt pflanzlicher Lebensmittel!“

Regelmäßig versucht er, seine Follower*innen ‚aufzuklären‘ und mit unterschiedlichen Erzählstrategien den Veganismus als alternative Ernährungs- und Lebensweise zu propagieren. Seine Follower*innen zur Änderung ihres alltäglichen Ernährungsverhaltens zu motivieren, sei ein primäres Ziel bei der Einrichtung seines Instagram-Profiles gewesen, so betont Robert mehrfach im Interview.

5.1.1 Vegane Ente

Zum Zeitpunkt unseres Interviews ist Robert 22 Jahre alt und wohnt in seiner Heimatstadt Oberhausen. Seit ungefähr einem halben Jahr lebt er streng vegan, vorher habe er sich sechs Jahre „fast vegan“ ernährt, mit nur wenigen Ausnahmen – von diesen Ausnahmen ist auf Instagram nichts zu lesen. Sechs Semester hat sich Robert als Student für Energie- und Umwelttechnik versucht, bis er sich dazu entschlossen hat, in eine Ausbildung zum Versicherungs- und Finanzkaufmann zu wechseln. Für die Zukunft möchte sich der angehende Versicherungskaufmann ein zweites berufliches Standbein auf „der veganen Schiene“ aufbauen, denn der Veganismus sei zu einem immer wichtigeren Faktor in seinem Leben avanciert – seine Begeisterung ist während des Interviews deutlich zu spüren. Vielleicht unbewusst, vielleicht aber auch bewusst, unterstreicht er diesen Aspekt indirekt damit, dass er mich zu Beginn unseres Interviews fragt, ob es in Ordnung für mich wäre, wenn er sich das gebratene Gemüse mit der veganen Ente bestellen würde, die in dem Restaurant, in dem wir uns zum Interview treffen, angeboten wird. Ich beteuere, dass das für mich kein Problem sei, bestelle selbst jedoch nur eine hausgemachte Limonade, da ich mich auf das Interview konzentrieren möchte.

Die Gesprächsatmosphäre zwischen Robert und mir ist relativ entspannt, so entspannt, wie sie eben sein kann, wenn sich zwei Personen noch nicht kennen. Aber uns eint das Interesse am Veganismus und Roberts Wissen darum, dass ich ebenfalls vegan lebe, denn das wollte er, wie die meisten meiner Interviewpartner*innen, schon per E-Mail wissen – dies ermöglicht uns in meiner Wahrnehmung einen lockeren Gesprächseinstieg. Zu Beginn des Interviews habe ich das Gefühl, dass Robert sich auf das Interview entweder vorbereitet oder schon mehrfach darüber erzählt hat, weshalb er heute vegan lebt. Ich hätte das Interview auch nicht unbedingt mit diesem Aspekt begonnen, doch da ich Roberts Redefluss nicht unterbrechen möchte, höre ich seiner Erzählung darüber, wie er zum Veganismus gefunden habe, aufmerksam zu.

Seine Mutter habe zwar immer schon „frisch“ gekocht, als Jugendlicher bestand er jedoch auf sehr große Mengen an Fleisch. Sportlich bedingt habe er sich äußerst proteinreich ernähren

wollen. Rückblickend, so erläutert Robert im Interview, habe er sich damals hauptsächlich von Quark, Fleisch und Milcheiweißpulver ernährt, bis er eine Milcheiweißallergie entwickelt und daher seinen Fleischkonsum noch weiter in die Höhe getrieben habe. Allmählich sei ein Ekel vor Fleisch in ihm herangewachsen, zudem sei sein Hautbild äußerst schlecht geworden. Infolgedessen sei für ihn die Frage aufgekommen, ob dieser übermäßige Fleischverzehr überhaupt gesund sei. Bei seiner Recherche sei er auf den vegan lebenden Kraftsportler Patrik Baboumian gestoßen. Der muskulöse und seit den „Strongman-Meisterschaften“ im August 2011 häufig als *stärkste Mann Deutschlands* (PETA 2020) bezeichnete Baboumian habe Robert schließlich den Anstoß gegeben, sich einen Monat lang vegan zu ernähren. Wegen der positiven Erfahrungen – sowohl hinsichtlich seiner Leistung im Kraftsport als auch in Bezug auf sein gesamtes Körpergefühl – habe er die vegane Ernährung beibehalten; und weil ihm die neu erprobten Gerichte so zusagten. Roberts Mutter habe seine neue Begeisterung für gemüselastige Gerichte so unterstützenswert gefunden, dass sie seitdem nur noch vegane Gerichte für die gesamte Familie zubereite – bis heute. Begonnen habe sein Leben als Veganer also aus rein „egoistischen Gründen“. Ökologische Faktoren oder tierethische Motive seien ihm bis dato nicht in den Sinn gekommen, wenn nicht sogar suspekt erschienen, erzählt Robert im Interview:

„Es war dann bei mir wirklich erstmal so, dass ich dieses rein egoistische Gedankengut hatte und dachte, ja ich tu was für mich. Weil über Ökologie habe ich damals herzlich wenig nachgedacht. Es war schon immer so, dass ich in gewisser Weise naturverbunden war, aber ich habe halt an Müll und Autofahren und so gedacht, aber dass Fleisch irgendwie schlecht für die Umwelt sein könnte, das ist mir damals einfach noch nicht so in den Sinn gekommen. Ich habe mich da einfach nicht informiert. Und ethisch war halt eher so eine Sache, ja man hat ja immer Fleisch gegessen, die typischen Sprüche, die man so kennt. Man braucht das ja und so weiter und so fort. Und da habe ich mir auch wenig Gedanken tatsächlich zu gemacht. Und fand halt sogar den Gedanken, vegetarisch oder vegan zu sein, relativ merkwürdig und dachte irgendwie, vielleicht sind das Spinner oder wie auch immer.“ (IV)⁵⁷

Ungefähr ab 2018 habe er sich schließlich intensiver mit Argumenten beschäftigt, die über gesundheitliche Aspekte hinausgingen, „und gemerkt: Es geht ja auch ohne supergut.“ Allein die Auseinandersetzung mit der Situation in den Schlachthöfen habe seine Einstellung gefestigt, diesen Umgang mit Tieren in keiner Weise mehr zu unterstützen. „Da möchte ich nicht mehr

⁵⁷ Die Eigenabkürzung IV steht für Interview; die Eigenabkürzung IG für Instagram.

mitmachen.“ Die gesundheitlichen und ökologischen Vorteile seien zwar ebenfalls enorm, stünden inzwischen für ihn aber nicht mehr an erster Stelle. Die tierethischen Motive seien inzwischen die bedeutsamsten Antreiber für seine vegane Ernährungsweise und den Wunsch, die „grausamen“ Umstände in der Intensivtierhaltung zu beleuchten.

5.1.2 Instagram als Aufklärungsmedium

Um die vegane Lebensweise weiterzuverbreiten und für seine Sichtweise mehr Gehör zu bekommen, hat sich die Social-Media-Plattform Instagram zu Roberts primären Aufklärungsmedium entwickelt. Wie viele politische Bewegungen der Gegenwart, die sich über die Neuen Medien organisieren (vgl. Zeller 2019, 274), verspricht sich Robert von seinem Instagram-Profil zwar „keine politische Wunderwaffe“ (Miller 2012, 171), aber eine Möglichkeit, den Veganismus als Gegenkultur (vgl. Heimerdinger 2013b; Wiesinger 2013, 211) zu artikulieren und voranzutreiben. Instagram ist für Robert ein vielversprechendes Instrument der Wissens- und Wertevermittlung. „Im besten Fall erreiche ich ja mit möglichst wenig Aufwand möglichst viele Menschen. Dementsprechend war Instagram für mich eigentlich die simpelste Sache. [...] Man kann sehr schnell die Sachen neu hochladen und das ist in meinen Augen ein großer Vorteil, dass es wesentlich direkter ist als die anderen sozialen Medien.“

Dass über soziale Medien tatsächlich größere Menschengruppen global zusammengebracht und lokal mobilisiert werden können, zeigt die Fridays-for-Future-Bewegung. Die Utopie einer sozialen und ökologischen Veränderung der Gesellschaft zum Besseren scheint vor diesem Hintergrund weiter zu gedeihen (vgl. Rommerskirchen 2020). Im Interview erklärt Robert: „Ich möchte einfach informieren und die Message nach außen bringen.“ Auch auf seinem Instagram-Profil beteuert er dies mehrfach: „Ich persönlich möchte aufklären, inspirieren und motivieren.“ Unter einem anderen Bildbeitrag schreibt Robert: „Meine Vision ist eine Welt in der Güte, Respekt und Großzügigkeit im Vordergrund stehen. 🌍🌱 Schluss mit dem Egoismus.“

Hierfür inszeniert sich Robert auf Instagram als ‚Experte‘ (vgl. Hitzler 1994) und als eine Art ‚Aufklärer‘, soweit man Aufklärung als eine gezielte Aktion der Kommunikation und Ausübung von Kritik versteht, die den*die Einzelne*n aus der ‚selbstverschuldeten Unmündigkeit‘ führen soll (vgl. Faber & Wehinger 2010, 7). Um sich als Aufklärer und Experte zu inszenieren (vgl. Heimerdinger 2008b, 59), skizziert Robert sich, nicht zuletzt unter der Verwendung von Statistiken und Zahlen, als bekennender, gut informierter Veganer, der sich auf der Höhe des Diskurses befindet. Sowohl innerhalb Roberts eigenen Beiträgen als auch in Form von intertextuellen Referenzen (vgl. Birk & Neumann 2002, 141–142), also Hinweisen auf externe Quellen wie Bücher, Dokumentationen oder auch Instagram-Profile anderer Veganer*innen,

finden sich Informationen rund um die vegane Lebensweise. Er trifft dabei eine Auswahl, die die von ihm präsentierte ‚alternative Sichtweise‘ untermauert – gegensätzliche Positionen sind auf seinem Profil nur insofern auszumachen, wenn er sie argumentativ entkräften und als falsch kennzeichnen kann. Zu bedenken ist hierbei, dass auch Roberts Wissenssammlung „geformt [ist] durch die Kontexte, in denen es hergestellt wurde und durch die Funktionen, die es zugewiesen bekommt“ (Kuhn 2020, 545). Roberts auf Instagram kuratiertes Wissen ist also spezifisch auf sein Ziel hin geformt (vgl. Winterberg 2015, 28), andere Menschen von der veganen Lebensweise zu überzeugen. Eine finanzielle Gegenleistung für die Bereitstellung der Informationen erhält Robert seinen Angaben zufolge nicht – allerdings, das soll hier nicht vergessen werden, zahlen seine Follower*innen durchaus mit der „knappen Ressource Aufmerksamkeit“ (Köhnen 2019, 2018).

Die auf Instagram von Robert verbreiteten Informationen dienen der Dekonstruktion sowie der Neuordnung von ehemals verlässlichen Fakten rund um die vegane Lebensweise. Robert zielt mit seinen Beiträgen darauf ab, zu verunsichern und das „Selbstverständliche zu unterlaufen“ (Schönberger & Sutter 2009, 21). Im Sinne einer *Counterculture* (vgl. Yinger 1984) strebt Robert an, „inhaltlich den dominanten Werthaltungen“ (Heimerdinger 2013b, 9), die mit der gesellschaftlichen Hegemonie der Tierprodukte inkludierenden Ernährungsweise einhergehen, die Werte- und Normkomposition des Veganismus entgegenzusetzen. Dabei befasst sich Robert nicht nur mit den tierethischen, sozialen und ökologischen Implikationen der Massentierhaltung, sondern auch damit, wie viel gesünder und kraftvoller er sich dank seiner veganen Ernährungsweise fühle, und nicht zuletzt damit, wie positiv sich seine vegane Lebensweise auf sein Gewissen auswirke.

In seinen Beiträgen stellt Robert seinem Bild des *Omnivoren* das Bild des aufgeklärten, moralisch richtig handelnden und gesunden, vegan lebenden Menschen entgegen. Veganer*innen werden bei Robert als leidenschaftliche Wahrheitssuchende beschrieben, die hinter gängige Denkmuster blicken und sich des eigenen Verstandes bedienen. Mit seiner auf Instagram inszenierten eigenen kulinarischen Praktik versucht Robert ein Licht auf die gesellschaftliche und politische Ordnung der Massentierhaltung zu werfen und sich bestehenden Normen zu widersetzen bzw. diese zu transformieren (vgl. Klotter 2011, 131; Pulz & Zamboni 2014, 123). Robert folgt damit seinem Bedürfnis, Gegengeschichte (vgl. Heimerdinger 2013a) zu schreiben, bzw. eine „Gegenöffentlichkeit zu schaffen“ (Schönberger & Sutter 2009, 20) und der gängigen Sicht auf eine Tierprodukte inkludierende Ernährungsweise eine Binnenperspektive entgegenzusetzen. Seine Erklärungen dazu, weshalb ein täglicher Boykott tierischer Produkte sinnvoll sei, soll Nicht-Veganer*innen trotz der zähen „Langlebigkeit von Nahrungsverhaltensmustern“

(Teuteberg 2008, 33) mobilisieren. Kommunikatives Ziel Roberts ist es, bei seinen Lesenden in seiner selbstgewählten Rolle als Experte Zustimmung und Verständnis einzuholen und sie dadurch zu Handlungen zu bewegen, also zur gelebten sozialen Praxis zu motivieren (vgl. Heimerdinger 2013b, 10) – Informationsaufklärung und Handlungsaufforderung sind auf seinem Profil eng miteinander verwoben.

5.1.3 Handlungsaufforderungen

Für konkrete Aufforderungen an seine Follower*innen, es ihm gleichzutun oder zumindest den Konsum tierischer Produkte deutlich einzuschränken, wählt Robert unterschiedliche Formen. Exemplarisch sei hierfür auf folgende Bilduntertexte verwiesen:

„Wenn du Massentierhaltung scheiße findest, dann mach was dagegen! Komm ins Handeln!“ „Jeder Einkauf ist wie ein Stimmzettel, mit dem du den Markt beeinflussen kannst.“ „Wenn wir die Wahl haben, sollten wir dann nicht versuchen so wenig Leid wie möglich [zu] verursachen?“ „Du hast die Freiheit dich zu entscheiden, zwischen tierischen und pflanzlichen Produkten.“ „Es war nie so einfach wie heute!“ „Du wirst schnell merken, wie gut sich das anfühlt.“ (IG)

Neben seinen aufklärerischen Texten und Appellen versucht Robert seine Follower*innen auch mit der Aufforderung zu gemeinsamen Aktionen zu einer veganen Ernährung zu bewegen. Anhand von weitgehend selbsterklärenden Hashtags wie „#machdeinbrotvegan“, „#fleischfreitag“ oder „#veganuary“ fordert er seine Adressat*innen dazu auf, zumindest zeitweise vegan zu leben, als Beweis ein Foto oder Video mit dem entsprechenden Hashtag⁵⁸ hochzuladen und damit ihre vegane Praxis im virtuellen Raum zur Schau zu stellen.

Ergänzend zu den in Bilduntertexten verpackten Handlungsaufforderungen, finden sich auch bildsprachliche Varianten auf Roberts Profil wieder. Beispielhaft sei hierfür ein Foto beschrieben, auf dem Robert ein großes Plakat mit der Aufschrift „VEGAN for FUTURE“ trägt. Die im Bilduntertext verwendeten Hashtags markieren, dass es sich um eine Fridays-for-Future-Demonstration handelt. Das Bild impliziert, wer vegan lebe, tue etwas Gutes für die Zukunft – und, als politische Botschaft auf die Forderung der Demonstration gewendet: wer sich um die Zukunft Sorge, sollte vegan leben. Als weiteres Beispiel sei auf eine Fotografie ver-

⁵⁸ Wie innerhalb sozialer Medien üblich, verpackt Robert seine Message stets auch in Form von deutsch- und englischsprachigen Hashtags, Beispiele hierfür sind: #veganfürdiätetiere, #heldenfürtiere, #tierleidfrei, #friendsnotfood, #fleischismord, #veganfürklima, #heldsein #veganhero, #probiersmalvegan, #govegan, #veganwerdenwaslosdigga

wiesen, auf der Robert ein schwarzes Sweatshirt mit der weißen Aufschrift „VEGAN“ trägt, eine beschriebenes Stück Pappkarton vor seinen Oberkörper hält und lächelnd in die Kamera blickt. Auf besagtem Pappdeckel ist in Großbuchstaben zu lesen: „Wenn viele kleine Leute an vielen kleinen Orten viele kleine Dinge tun, können sie das Gesicht der Welt verändern.“ In Verbindung mit der Aufschrift auf Roberts Sweatshirt lässt sich auch hier herauslesen, dass die vegane Lebensweise ein Weg sei, die Welt (zum Positiven) zu verändern. Ähnlich kann auch das von ihm auf Fotografien häufiger getragene schwarze T-Shirt mit der großen weißen Aufschrift „VEGAN HERO“ verstanden werden. Im Bilduntertext ergänzt Robert: „[I]ch finde es nicht in Ordnung die Schwächeren auszubeuten die keine Stimme haben. 🐷🐷🐷🐷 Jeder kann täglich mit seiner Mahlzeit selbst entscheiden, ob er Teil des Problems oder Teil der Lösung sein möchte. Sei ein Held für Tiere. #govegan“

Auf einer anderen Fotografie trägt Robert ebenfalls das beschriebene T-Shirt und hält sein Smartphone in die Kamera. Die Kamera fokussiert das Smartphone, Roberts Gesicht ist nur unscharf im Hintergrund zu erkennen. Auf dem Display des Geräts in seiner Hand ist zu lesen: „Es gibt einen Grund, warum du mit deinem Kind auf's Erdbeerfeld und nicht ins Schlachthaus gehst.“ Darunter veröffentlicht er folgenden Text:

„Ich bin kein Freund davon anderen vorzuschreiben, was sie zu tun und zu lassen haben. Ich möchte lieber aufklären, inspirieren und motivieren 🙌🌱 Ich möchte dir heute von einem hoch emotionalem Video erzählen. Vielleicht kennst du es ja auch: In dem Video wurden Gänse auf offener Straße geschlachtet. 🪄 Es ist nicht ungewöhnlich, dass die Tiere getötet werden. Es passiert jeden Tag. In der Regel aber hinter verschlossenen Türen. 📺 Die Reaktionen der Menschen: Tränen in den Augen, Wut 😡, einige wenden sich ab und wollen diese Grausamkeit nicht sehen. 😞 Auch mir dreht sich bei den Bildern der Magen um... Jeder weiß doch, dass ein Tier sterben muss, damit wir Fleisch essen können. 🙌 Jeder weiß, dass jedes Jahr viele Milliarden Tiere für unseren Konsum getötet werden 🐷🐷🐷🐷 Bei den Aufnahmen frage ich mich, ob wir es wirklich in Ordnung finden, dass Tiere für unseren Genuss sterben. Vielleicht haben viele sich auch einfach noch nicht mit der Thematik beschäftigt. Oder es ist einfach bequemer Fleisch zu essen. Aber ist Bequemlichkeit wirklich ein Leben wert? 🙌 Ich zeige dir gerne wie einfach, vielfältig und lecker eine rein pflanzliche Ernährung sein kann. 🌱 😊 Folge mir um keinen Beitrag mehr zu verpassen ➡ @Robert #veganwerdenwaslosdigga“ (IG)

Indem Robert in seinem Instagram-Post die rhetorische Frage stellt, ob wir es als menschliche Spezies „in Ordnung finden, dass Tiere für unseren Genuss sterben“, markiert er den Verzehr tierischer Produkte als egoistischen Akt. Mit seiner Bildsprache unterstreicht Robert den Aspekt des unmoralischen Handelns gegenüber Tieren in der Lebensmittelproduktion und inszeniert sich selbst (und Veganer*innen im Allgemeinen) als Held*innen, die für eine gerechtere Behandlung der Tiere eintreten. Sein Hinweis, dass Kindern bewusst der Prozess des Tiere-Tötens vorenthalten würde, nutzt Robert argumentativ als Beweis für den *Genuss-Vorwurf*. Es sei „jedem klar“, dass das Töten von Tieren problematisch sei, deshalb werde nämlich der Prozess der Schlachtung vor Kinderaugen verborgen. Wer Fleisch esse, so stellt Robert pauschalisierend fest, sei zu bequem, das eigene Verhalten zu ändern, handle also egoistisch und unmoralisch.

5.1.4 Überzeugungsnarrative und Aktivierungsstrategien

Um sein Publikum vom veganen Lebensstil zu überzeugen, veröffentlicht Robert nicht nur seine eigenen Gedanken, sondern zitiert regelmäßig Personen der Öffentlichkeit, etwa den Schauspieler und Umweltschützer Leonardo DiCaprio: „Der Wechsel von tierischem zu pflanzlichem Eiweiß ist eine der wirkungsvollsten Klimaschutzmaßnahmen, die jeder ergreifen kann.“ In einem anderen Beitrag rückt Robert den Buchautor des Werks *How not to die*, Michael Greger, mit folgendem Statement in den Fokus: „Die ethische Ernährungsform ist zufällig auch die umweltfreundlichste und gesündeste“. Den Kabarettisten Hagen Rether integriert er mit folgendem Zitat: „Mir fällt fast keine politisch heftigere Tat ein, die mehr Fliegen mit einer Klappe schlägt, als die vegane Lebensweise.“ Die von Robert ausgewählten Zitate bekommen nicht etwa nur Platz im Textfeld unter einem Bildbeitrag, sondern werden von ihm als „ernährungsethischer Weckruf“ (Winterberg 2015, 22) im Zentrum des jeweils hochgeladenen Bildes arrangiert.

Durch den Bezug auf Personen des öffentlichen Lebens, die sich positiv zur veganen Lebensweise äußern, kommuniziert Robert, nach innen wie nach außen, dass er Teil einer größeren Bewegung ist und verleiht dadurch seinem eigenen Veganismus mehr Bedeutung. Durch die Inszenierung eines veganen Kollektivs können seine Postings auch für die Selbstwahrnehmung anderer Veganer*innen stabilisierend wirken. Die zahlreichen Zitate anderer Personen bringen – ähnlich wie der gemeinsame Protest auf der Straße – performativ zum Ausdruck, „Teil einer größeren Gruppe beziehungsweise einer ganzen Bewegung zu sein, durch die die angestrebte Veränderung vielleicht durchgesetzt werden kann.“ (Schönberger & Sutter 2009, 20)

Denkt man an die Überschrift dieses Kapitels, stellt sich hier für die Lesenden womöglich die Frage, ob Robert für seine Aufklärungsversuche auch Schreckensbilder nutzt, wie sie in Kampagnen von Tierrechtsorganisationen seit Langem etabliert sind. Hinsichtlich seines selbstgesteckten Ziels, andere Menschen zu einer veganen Ernährung *inspirieren* zu wollen, finden Schreckensbilder innerhalb seiner virtuellen Selbsterzählung jedoch keinen Platz – dahingegen aber ‚niedliche‘ Tierbilder. Robert posiert neben Ziegen oder Schweinen und „verlebendigt“ (Gerndt 2009, 313) damit nicht nur sprachlich, sondern auch visuell seine (emotionale) Nähe zu Tieren. Bildsprachlich distanziert er sich damit von einer nicht-veganen Lebensweise, die er als *nicht-tierlieb* einordnet.

Neben positiv auf Veganismus bezogenen Äußerungen greift Robert auch Zitate auf, die eine kritische Sicht transportieren. Allerdings veröffentlicht Robert diese in einer Rubrik mit dem Titel: „Veganes Bullshit Bingo. Schlechte Sprüche, die ich langsam nicht mehr hören kann“. Solche Äußerungen pflegt Robert auf seinem Profil in regelmäßigen Abständen ein. Vorurteile, aber auch gängige Floskeln, die er seinem Alltag und Gesprächen mit nicht vegan lebenden Personen entnommen haben will, verarbeitet Robert dort verbal, meist durch den Versuch, sie zu widerlegen. Nicht selten sind diese Beiträge auch eine Einladung zum gemeinschaftsstiftenden Lachen der Ingroup (Veganer*innen) über die – vermeintlich lächerlichen – Argumente einer Outgroup, also nicht nur der zitierten Person, sondern der Kritiker*innen insgesamt. Durch die *kohäsive Funktion des Lachens* sollen diese Beiträge „Vergemeinschaftung und Gruppenzusammenhalt“ (Heimerdinger 2016, 159) sowie, durch die der Provokation innewohnenden Konfrontation, eine Abgrenzung von Nicht-Veganer*innen erreichen.

Auf einer von Robert hochgeladenen Collage innerhalb dieser Rubrik ist beispielsweise Folgendes zu lesen: „Dann dürfte man ja gar nichts mehr essen.“ Im Bilduntertext formuliert Robert: „Beim Veganismus geht es nicht darum, was man DARF. Es geht um die bewusste Entscheidung, dass man manches nicht mehr essen WILL!“ Robert betont damit, dass es eine *freie* Entscheidung sei. Innerhalb seines Profils greift Robert das Narrativ der Wahlfreiheit immer wieder auf, jede*r Einzelne habe die Wahl. Geschmacklich und gesundheitlich stehe die vegane Ernährung einer omnivoren Ernährung in nichts nach. (Ess-)gewohnheiten seien kein hinreichendes Argument gegen eine vegane Ernährung. Unter einer Collage mit dem Titel: „Hmm lecker! Du weißt ja gar nicht, was dir entgeht!“ findet sich folgender Text:

„STIMMT! Schließlich habe ich ja nicht den Großteil meines Lebens Fleisch gegessen und weiß gar nicht wie das schmeckt! 😊😊 Ich mochte den Geschmack von Fleisch. Früher habe ich auch wirklich viel davon gegessen! 🤔 Als mir klar wurde, dass ich

gesundheitlich und geschmacklich kein Fleisch brauche, hat sich mein Leben dann aber stark verändert. 🙄 🙋 🙋 Es fühlt sich an als hätte ich die ganze Zeit die Augen vor etwas verschlossen, was die ganze Zeit da war. 👁️ Jeder weiß, dass Massentierhaltung für Umwelt 🌍 💧 und Tiere 🐔 🐷 scheisse sind. Jeder weiß, dass Tiere ihr Leben lassen müssen, damit wir sie essen können. 🐶 Keiner kann sich vorstellen einen Hund 🐶 zu essen, obwohl es keinen logischen Grund gibt, warum wir es in Ordnung finden Schweine 🐷 und Kühe 🐄 zu essen. Alle drei sind verspielt. Sie wollen leben und sind intelligent. 🧠 Wir wissen, dass wir das Fleisch nicht mehr brauchen. 🙋 Es ist nur eine Gewohnheit. Ich weiß wie schwierig es ist Gewohnheiten zu brechen. 🤖 Dennoch sehe ich ein Tierleben als wichtiger als eine Gewohnheit an. ❤️ Wir haben die Chance aus Barmherzigkeit zu handeln. ❤️ 🙋 Wir könnten die Tiere einfach in Ruhe lassen. 🙋 WIR HABEN EINE WAHL. Wie entscheidest du? #veggie #tierfreund #tierschutz #zukunft #veganwerdenwaslosdigga #ernährung #lecker #veganesbullshitbingo #bullshitbingo #vegandeutschland #vegansofgermany #keepcalmandgovegan“ (IG)

Roberts Überzeugungsversuche zielen sowohl darauf ab, sich selbst als Experte zu inszenieren und mittels dieser „Expertisenstrategie [...] den hegemonialen Diskurs zu verändern“ (Schönberger & Sutter 2009, 20), als auch seinen Follower*innen Hilfestellungen für die Auseinandersetzung mit Nicht-Veganer*innen zu bieten. Er stellt Informationen und Argumentationsstrategien zur Verfügung, mit denen sich Vorurteile und Gegenargumente, die Veganer*innen regelmäßig entgegengebracht werden, entkräften lassen sollen. So möchte er Veganer*innen unterstützen, derartige Situationen im Sinne der gemeinsamen Sache positiv zu bewältigen. Auch das laut Robert „virulente Soja-Argument“, dass das von Veganer*innen verzehrte Soja „mindestens genauso schlecht für die Umwelt“ sei, greift Robert in diesem Zusammenhang auf. Unter der von Robert hochgeladenen Grafik wird vorgerechnet: „Gerade einmal 2% des weltweiten Sojaanbaus werden für Tofu und Sojamilch verwendet“, der weitaus größere Teil werde als Tierfutter verfüttert. „Sinnvoller wäre es daher solche Pflanzen direkt zu essen.“

Neben der Einbindung von Pro- und Contra-Zitaten zum Veganismus und dem Jonglieren mit Zahlen sowie der Formulierung rhetorischer Fragen, findet sich in Roberts Beiträgen auch ein humoristischer Umgang mit Erfahrungen mit Nicht-Veganer*innen. Beispielhaft sei hierfür ein *Meme* beschrieben, auf dem die Figur *Thaddäus Tentakel* aus der Zeichentrickserie *SpongeBob Schwammkopf* dabei zu sehen ist, wie sie ihr Gehirn in einen aufgeklappten Mülleimer schmeißt. Über diesen Bildausschnitt hat Robert folgenden Text montiert: „Nach einer 2-

stündigen Diskussion über Veganismus. Er: Pflanzen haben auch Gefühle! Ich:..." Auf einer anderen Text-Collage lässt sich lesen: „Würdest du ein Schwein essen, wenn du auf einer einsamen Insel gestrandet wärst?“ „Keine Ahnung... Wenn du in einem Land leben würdest, in dem du dich rein pflanzlich mit allen Nährstoffen versorgen könntest, würdest du dann immer noch ein Schwein töten?“

Parallel zur Verwendung schlagkräftiger Argumente fokussiert sich Roberts zwecks Überzeugung auf die Darbietung einer breiten Palette an Vorzügen einer veganen Ernährung. Neben dem Tierwohl stellt Robert hierfür vor allem gesundheitliche Vorteile einer veganen Ernährung in den Vordergrund. So tritt Robert auf Instagram als durch und durch überzeugter Verfechter der These auf, vegane Ernährung bringe ernährungsphysiologisch und psychisch enorme Vorteile gegenüber einem konventionellen Speiseplan – dieser Gedanke ist keineswegs neu und in der Geschichte der Tierwohlverteidiger*innen ein wiederkehrendes Argument. Auf seinem Profil beschreibt Robert die vegane Ernährung als eine der gesündesten, wenn nicht sogar als *die* gesündeste Ernährungsform, „in jeder Lebenslage“. Für detailliertere Informationen verweist Robert immer wieder auf andere (größere) Profile oder weiterführende Literatur zur veganen Ernährung. Sich vegan zu ernähren sei „wirklich keine Raketenwissenschaft 🚀 📖 Auf ein paar Dinge sollte man aber natürlich achten (wie bei jeder anderen Ernährungsform auch) 😊 🍌.“

Doch nicht nur gesundheitlich habe der Veganismus, so Robert, seine Vorzüge, auch für die Verbesserung der gesamten Welt, in moralischer sowie in sozialer und politischer Hinsicht: „Für eine Welt mit noch mehr Mitgefühl 💚, Freundschaft 😊 und Liebe. 💚“ – Für Robert ist der vegane Lebensstil die Antwort auf die Frage danach, wie der Mensch gegenwärtig ein *gutes Leben* führen kann. Auch diese Argumentation ist, das sei hier nun noch einmal mit Verweis auf das Kapitel zur historischen Entwicklung des Veganismus erwähnt, nicht neu. Die Lebensreformer*innen des 19. und 20. Jahrhunderts argumentierten in der Essenz ähnlich und verbanden mit der weitestgehend pflanzlichen Ernährung ein darüber hinausreichendes Verbesserungsstreben hinsichtlich der gesamten Gesellschaft, in moralischer, aber auch in gesundheitlicher, sozialer und politischer Hinsicht (vgl. Fritzen 2016, 14; Wedemeyer-Kolwe 2017, 45).

Robert übt auf Instagram also mit alternierenden Mitteln Kritik an der Massentierhaltung und dem Verzehr tierischer Produkte. „Du kannst mit jedem Einkauf entscheiden, ob du etwas verändern möchtest.“ Mit seiner performativ aufgeführten veganen Lebensweise, der Infragestellung des Umgangs mit (Nutz)tieren und der Anzweiflung der Notwendigkeit tierischer Produkte überhaupt, distanziert sich Robert bewusst von der gesellschaftlichen Norm. „Aber sollte beim Einkaufen 🛒 und Essen 🍷 nicht jeder selbst entscheiden dürfen?! Definitiv! Allerdings

nur wenn wir niemand anderem damit schaden.“ Für Robert besteht keinerlei Zweifel daran, dass die Bedingungen der Intensivtierhaltung sowie die Bedingungen der Schlachtung keine akzeptable Form der Lebensmittelproduktion darstellen – sowohl bezogen auf den Tier- als auch den Umwelt- und Klimaschutz.

5.1.5 Veganismus als politisches Statement

Für Robert fungiert die vegane Lebensweise in seinem Alltag als „kommunikatives Zeichen“ (Barlösius 2004, 46), als eine „Kontra-Strategie“ (Grewe 2017, 121), als ein „kulturell wirksam werdender Einspruch“ (Heimerdinger 2013a, 11) gegen das System der Massentierhaltung und den daraus resultierenden tierethischen, sozialen und ökologischen Folgen. Dem Boykott tierischer Produkte kommt damit, durch den dem Feld inhärenten Zuspruch von Agency, der Status einer politischen Praxis (vgl. Lemke 2012, 258) beziehungsweise eines politischen Protests zu (vgl. Pulz & Zamboni 2014, 130). Nun findet Roberts „alltagskulturelle[r] Protest“ (Schönberger & Sutter 2009, 12) nicht nur in seinem analogen Leben, sondern auch virtuell auf Instagram statt, ob durch das Tragen diverser Statement-Kleidung, den Boykott tierischer Produkte oder die Inszenierung eben dieser Praktiken auf Instagram – mit seinen Beiträgen adressiert er sowohl Vegan-Kritiker*innen als auch Veganer*innen. Hinsichtlich seines Wunsches, „die öffentliche Meinung zu beeinflussen und/oder eine Gegenöffentlichkeit zu schaffen“ (vgl. ebd., 20), wird mit Blick auf Roberts Praktik Instagram beziehungsweise sein Profil zumindest teilweise zu einer „Applikation des Protests“ (Wiesinger 2013, 221).

Auf seinem Instagram-Profil entwirft Robert wiederkehrend die Vision, dass individueller und/oder gemeinsamer Protest und Widerstand gegen das System der Massentierhaltung möglich sei und einen wirksamen Antagonismus (vgl. Heimerdinger 2013b, 11) zur gängigen Praxis etabliere. Ähnlich wie es für Bio-Produkte üblich ist (vgl. Gfäller 2015, 285), umwebt auch Robert vegane Produkte mit der symbolischen Botschaft, dass diese in einer Art *heilen Welt* produziert wurden – kritische Hinweise, beispielsweise hinsichtlich der Nachhaltigkeit einer veganen Ernährung, die nicht auf Regionalität und Saisonalität achtet, kommen eher nur am Rande vor.

Zwischen den Zeilen schimmert gleichwohl eine Desillusionierung gegenüber der gegenwärtigen Politik durch. Die Problemlösungskompetenz und das Verantwortungsgefühl der etablierten politischen Eliten stellt Robert in Frage, ganz im Sinne der im Europa des 21. Jahrhunderts häufig festzustellenden kritisch-ambivalenten Bewertung politischer Eliten und Institutionen (vgl. Bitzegeio & Mittag et al. 2015, 11): „Wir haben nur diesen einen Planeten und es ist Zeit, dass die #politik endlich etwas ändert.“

Da deutlich strengere politische Regulierungen hinsichtlich des Tierwohls auf sich warten ließen, vertritt Robert die Position, dass die Betriebe und Firmen der Intensivtierhaltung eben über das eigene Kaufverhalten zum Umdenken bewegt werden müssten. „Jeder Einkauf den wir tätigen ist wie ein Stimmzettel! Und du kannst entscheiden was und wen du unterstützen willst. Du kannst etwas bewegen! 🙋“ Damit delegiert Robert die Verantwortung in die „Sphäre des Privaten“ (Winterberg 2015, 25). Immer wieder hebt Robert den „mündigen Umgang mit Lebensmitteln“ (Winterberg 2011, 104) und vor allem den Boykott von Tierprodukten als Protestpraxis und alltagspolitische Handlung hervor: „Jede Mahlzeit zählt!“ Diese Sichtweise teilt er mit anderen Interviewpartner*innen. Grundtenor ist: Der*die Einzelne trage eine Verantwortung oder gar Teilschuld, da der*die Einzelne mit „Protest qua Lebensstil“ (Schönberger 2015b, 27) und politischem Konsum eine gesellschaftliche Veränderung vorantreiben und politische Macht ausüben könne. Ulrich Beck zufolge sei der Warenboykott in einer globalen kapitalistischen Gesellschaft durchaus eine Option zur alltagspolitischen Handlung. Der Kaufakt diene als eine Art Stimmzettel, den Bürger*innen immer politisch einsetzen könnten. „Im Boykott verbindet und verbündet sich die aktive Konsumgesellschaft mit der direkten Demokratie – und dies weltweit.“ (Beck 2007, 182) Es sei an dieser Stelle jedoch darauf verwiesen, dass das *Transformationspotenzial* des Kaufaktes in Geistes- und Gesellschaftswissenschaften keineswegs einhellig so bewertet wird (vgl. Kern 2008, 52; Winterberg 2015, 24). Immer wieder wird betont, dass auch von Seiten des Staates die „Stellschrauben am Ernährungssystem“ (Brunner 2011, 216) angepasst werden müssen, damit die Rahmenbedingungen ein tierfreundliches Konsumhandeln ermöglichen. Diesen Widerspruch thematisiert Robert innerhalb des erhobenen Samples nicht – sein Fokus liegt auf der Handlungsmacht der Konsument*innen.

„Unheimlich oft höre ich Dinge wie: „Ich als Einzelperson kann doch eh nichts verändern.“ 🙋 Und genau da liegt das Problem! Das macht unsere Gesellschaft träge! 😊 Du kannst eine Veränderung bewirken! 🌍 Fast jeder den man fragt findet Massentierhaltung scheiße. 🙄 Aber dafür auf die Salami im Supermarkt zu verzichten scheint dann doch schwerer zu sein. Ich selbst habe den Geschmack von Fleisch immer geliebt. Dennoch stehe ich jetzt hier und habe seit 6,5 Jahren keinen Bissen Fleisch mehr gegessen. 🙋😊 Jeder kann es schaffen und einen Teil zur Veränderung beitragen. Willst du nicht auch eine Welt mit mehr Empathie, Liebe und Mitgefühl 💚, in der jedes Tier ein Recht auf Leben hat? 😊 Dann kannst du heute anfangen ein Teil der Veränderung zu sein! 🙋 [...]" (IG)

Die Welt positiv verändern zu können, und zwar durch persönliche Entscheidungen im eigenen Alltag, ist für Robert ein leitender Glaubenssatz. Die Modifizierung des eigenen Verhaltens sei am schnellsten und ehesten machbar. Auch diese Denkweise entstammt den historisch überlieferten Denkweisen der Lebensreformbewegung. Ähnlich wie die Vegetarier*innen der Lebensreformbewegung richtet Robert seine Aufforderungen zur Änderung (oder Reform) konkret an das Individuum, setzt im persönlichen Alltag und weniger bei den politischen Rahmenbedingungen an. „[...] Gemeinsam können wir so extrem viel für die Tiere und die Umwelt erreichen. 🌍 🌱 🍷 😊 Jeder Regen ☁️ fängt mit einem Tropfen 💧 an! DU kannst dazu beitragen die Welt positiv zu verändern! 🙌 😊 🌱“

An diesem Beispiel zeigt sich das im Feld mehrfach vorzufindende Narrativ, dass umso mehr vegane Produkte gekauft und Tierprodukte boykottiert würden, umso eher könnten die um das Tierwohl besorgten Konsument*innen tatsächlich zu einer Veränderung beitragen. Und je mehr Konsument*innen an dieser Bewegung beteiligt seien und ihren Protest kommunizierten, desto sichtbarer und effektiver werde dieses außerparlamentarische politische Engagement. Bei Robert korrespondiert dies mit einer ständigen Betonung der eigenen Wirksamkeit und Veränderungsmacht. Auf einem Bild ist Robert mit seiner Freundin zu sehen. Gemeinsam halten sie ein handschriftlich beschriebenes Pappschild in die Kamera: „Lasst uns die Generation sein, die Tierausbeutung beendet!“

Unmissverständlich fordert Robert seine Follower*innen in seinen Beiträgen dazu auf, sich mit der Thematik rund um die Intensivtierhaltung auseinanderzusetzen. „Schluss mit: ‚aber aber die Politik‘, ‚ich würde ja auch gerne auf Fleisch verzichten, aber...‘ Es gibt für alles eine Lösung!“. Seine Follower*innen sollen die verfügbaren Informationsressourcen ausschöpfen und sich nicht mit dem Verweis auf die Komplexität des Themas herausreden, sondern „die eigene Vernunft einschalten“ und sich selbstverantwortlich im alltäglichen Konsumverhalten beschränken. „Wer Ausreden gebraucht der redet sich ins Aus! Wie die Umstände sind, können wir meistens nicht beeinflussen! 🙌 Aber wir können entscheiden, wie wir auf die Umstände antworten. 🙌 🙌 Da haben wir die Macht!“

5.1.6 Instagramprofil als Ratgeber

Ähnlich wie die vegetarischen Kochbücher, die erstmals zur Zeit der Lebensreformbewegung erschienen und häufig zahlreiche weitere Tipps für den Alltag als Vegetarier*in enthielten (vgl. Treitel 2017, 59), finden sich auch auf Roberts Profil regelmäßig vegane Rezepte, verknüpft mit alltäglichen Handlungsempfehlungen für Veganer*innen. Da wären beispielsweise Beiträge, die grafisch darstellen, wie sich Eier beim Backen ersetzen lassen, wie veganes Rührei

schmackhaft zubereitet und ansprechend angerichtet werden kann, Tofu am besten gewürzt wird, vegane Gerichte zeitsparend zubereitet werden können, welche pflanzlichen Eiweißquellen empfehlenswert sind oder wie man sich in Restaurants, deren Speisekarte kein veganes Gericht ausweist, eine Mahlzeit aus Beilagen zusammenstellt. In ihrer Komposition werden Roberts Beiträge zu einer finanziell kostenlosen Handreichung für das alltägliche Leben als Veganer*in.

Zu seinem Selbstverständnis als Inspirator und Experte gehört, dass er sein alltagspraktisches Wissen und seine Erfahrungen mit seinen Follower*innen teilt, sie also mit unterschiedlichen Ratschlägen versorgt. Roberts Erfahrungswissen erscheint in seiner Selbsterzählung als kostbares Wissen in Zeiten der „spätmoderne[n] Ratlosigkeit“ (Heimerdinger & Simon et al. 2008). Anhand seiner eigenen Erfahrungen und alltäglichen Praktik versucht er zu zeigen, dass eine Änderung alltäglicher Gewohnheiten möglich ist, mithin sogar einfach umzusetzen sei (zumindest für Robert). Seine Erzählungen spickt er mit diversen Vorteilen, die er in einer veganen Ernährung sieht, ob tierethisch, ökologisch oder mit individuellen Vorzügen wie beispielsweise einem gesteigerten Gefühl von Energie, Wohlbefinden und Gesundheit. Regelmäßig stellt Robert seinen Follower*innen Erfahrungsberichte von sich selbst oder anderen Veganer*innen zur Verfügung. Unter einem Post erzählt Robert beispielsweise, dass er zu Beginn seiner Nahrungsumstellung Angst gehabt habe, seine Leistung könne im Zuge einer veganen Ernährung abnehmen, doch das Gegenteil sei der Fall gewesen. Vielmehr habe er sich energetischer und leistungsstärker gefühlt. Mit strahlenden Augen berichtete Robert auch im Interview von dieser Einstiegserfahrung:

„[Ich] habe dann irgendwann von einem auf den anderen Tag gesagt, ich probiere es jetzt einfach aus. Quasi für eine Challenge für mich und schau einfach mal, wie es ist, sich vegan zu ernähren. Das hat halt so krass reingehauen und so gut funktioniert. Kraftwerte im Training sind nach oben gegangen und ich habe gemerkt, dass ich mich viel besser gefühlt habe, weil da waren halt mal grüne Smoothies dabei und das Gemüse und Obst ist natürlich in der Zeit davor viel zu kurz gekommen.“ (IV)

Unter einem anderen Post schreibt Robert von seiner anfänglichen Befürchtung, dass eine vegane Ernährung stets mit einem Gefühl des Verzichts einhergehen werde, doch auch hier sei er positiv überrascht worden. Seine Ernährung sei sogar wesentlich abwechslungsreicher, allein dadurch, dass er sich viel mehr mit seiner täglichen Nahrungszufuhr beschäftige. Vegan zu leben, müsse nicht zwangsläufig Verzicht bedeuten, und das verdeutliche er anderen Menschen gerne auf seinem Instagram-Profil. Ihm sei wichtig, so erklärt Robert im Interview, „dass man

wirklich sieht, wie individuell eine vegane Lebensweise auch ausgeführt werden kann, und dass man eben auf nichts verzichten muss, und dass es einem auch Spaß bringen kann, sich vegan zu ernähren.“ Viele hätten „extreme Angst“ und in Roberts Augen sei jene Angst „in vielen Punkten unbegründet und da möchte ich einfach informieren und zeigen, dass es auch anders geht.“

Das Argument der schmackhaften Ersatzprodukte untermauert Robert nicht zuletzt mit der eingangs beschriebenen, enthusiastischen Bestellung einer veganen Ente bei unserem Treffen.⁵⁹ Auch ein Blick in Roberts gesamtes Profil materialisiert die Vielfältigkeit und den Genuss symbolischsprachlich (wenn auch nicht so aufwendig drapiert und bearbeitet wie bei anderen Interviewpartner*innen) mit zahlreichen bunten Essensfotografien.

Auf Basis qualitativer Forschungen zur Ratgebertexten ist davon auszugehen, dass derartige Texte zwar nicht zwingend zu einer Herausbildung konkreter Praktiken führen müssen, aber durchaus können (vgl. Heimerdinger 2015c, 107). Tatsächlich, so berichtet mir Robert im Interview, erreichen ihn über Instagram regelmäßig private Nachrichten, in denen sich Follower*innen bei ihm bedanken, dass sie durch ihn entdeckt hätten, wie sinnvoll und genussvoll eine vegane Ernährungsweise sei. Glaubt man Roberts Aussagen, scheinen seine Erzählungen tatsächlich für vereinzelte Menschen eine den „Alltag sprengende Kraft“ (Ehlich 1980, 20) zu entfalten und den*die Einzelne*n dazu zu bewegen, ihr alltägliches (Ernährungs-)Verhalten zu verändern. Offenkundig erfüllt Roberts Instagram-Profil mit der Kombination aus sachlichen Hintergrundfakten und individuellen, alltagsnahen Ratschlägen genau jene stützende und anleitende Funktion, die in der einschlägigen Forschung für analoge Ratgeber diagnostiziert wird (vgl. Heimerdinger 2008a, 106; Uhlig 2015, 69). Das anhaltende Interesse seiner Follower*innen und die stetig steigenden Zahlen an Follower*innen belegen Roberts Erfolg in der Ratgeberrolle.

Doch darf bei dieser optimistischen Darstellung die Filterung der Inhalte durch die Technologie sozialer Netzwerke auf der einen und der Nutzer*innen auf der anderen Seite nicht aus dem Blick geraten. Soziale Netzwerke sind strukturell auf Affirmation ausgerichtet: Nutzer*innen suchen in den meisten Fällen nach einer Festigung ihrer bereits vorhandenen Weltsicht (vgl. Pariser 2012). Die Plattformen sind genau darauf ausgelegt, ihnen dieses soziale Erlebnis von Zuspruch und Bestätigung zu bieten. Man muss daher in Rechnung stellen, dass

⁵⁹ Dass sich meine Erfahrungen im Feld auf meine eigene Esspraxis auswirken, habe ich bereits im Methodenteil erörtert. Ein eindrückliches Beispiel in diesem Zusammenhang ist wohl, dass ich selbst, wenige Tage nach dem Interview mit Robert, das Gericht mit der veganen Ente probierte, da diese Restaurantkette auch in meinem Wohnort vertreten ist.

die *Alltag sprengende Kraft* der Inhalte auf Roberts Profil in erster Linie von interessierten Menschen rezipiert wird. Mit Blick auf die einschlägigen Vorarbeiten Timo Heimerdingers zur Ratgeberliteratur wäre dieser *Effekt der Affirmation* (vgl. Heimerdinger 2008b, 47), übertragen auf Instagram, hier so zu verstehen, dass sich die bereits vegan lebenden Follower*innen von Robert durch seinen Content bestätigt fühlen in dem, was sie ohnehin schon denken oder tun – konkret also in ihrer veganen Lebensweise. Klassische Fleischverfechter*innen hingegen dürften sich seltener in seinem Publikum finden, was die reale Wirksamkeit seiner Mission deutlich relativiert.

Nichtsdestotrotz deuten mindestens zwei weitere meiner Interviews darauf hin, dass die Instagram-Profile von Veganer*innen andere User*innen durchaus zur veganen Ernährung oder Lebensweise bewegen können. Zwei der Interviewpartner*innen berichteten mir in unserem Gespräch, dass sie selbst erst über Instagram zum Veganismus gefunden hätten. Hier greift Bernhard Pörksens Konzept des *Filter Clashes*, laut der User*innen im Netz trotz *FilterBubble* (vgl. Pariser 2012), also trotz des „von algorithmischer Vorfilterung geprägten Informationsuniversum[s]“ (Pörksen 2018, 120) mit Informationen außerhalb ihrer bereits bestehenden Interessen konfrontiert werden. Denn wie in Sophies Fallbeispiel deutlich wird, fand Sophie erst über den nicht direkt mit dem Veganismus zu assoziierenden Hashtag „#healthybaking“ zur veganen Ernährung bzw. zum Veganismus.

Mit Blick auf Timo Heimerdingers Vorarbeiten könnte noch ein weiterer Effekte aus der analogen Ratgeberliteratur übertragbar sein: der *Du-bist-nicht-allein-Effekt*. Der du-bist-nicht-allein-Effekt bedeutet in diesem Kontext, dass die Betrachtung der Posts von Robert das beruhigende Gefühl bei seinem Publikum auslösen kann, Teil einer größeren (Leidens-)Gemeinschaft zu sein (vgl. Heimerdinger 2008b, 47) – hier also Teil der Gruppe der Veganer*innen, die sich in einer potenziell feindlichen Welt zurechtfinden müssen. Nun sind die hier soeben aufgeführten Effekte auf die Follower*innen jedoch spekulativ, da für die vorliegende Arbeit keine Follower*innen befragt wurden und nur die kontinuierlich steigenden Zahlen als Indiz dienen.

5.1.7 Vegane Held*innen

Vegan zu leben, taucht bei Robert sowohl auf seinen Selfies als auch innerhalb seiner geschriebenen Texte mehrfach in Kombination mit dem Motiv des Heroischen auf, weshalb das Helldennarrativ hier noch einmal explizit thematisiert wird, ohne die nachfolgende Analyse mit psychologisierenden Interpretationen überstrapazieren zu wollen. Es sei daher nun kurz der Fokus darauf gerichtet, was eine*n Held*in der Gegenwart ausmacht.

Im Vordergrund des postmodernen Heroismus-Diskurses stehen nicht mehr unbedingt übermenschliche Fähigkeiten und eine schicksalshafte Bestimmung, sondern die emanzipative Handlung. Folglich können, so die vorherrschende Auffassung der Literatur, nicht mehr nur außergewöhnlich Begabte zum*r Held*in werden, sondern potenziell alle. Die Abgrenzung von der Norm und vom gesellschaftlichen Konsens, der Bruch mit der Gegenwart, könne hierfür ausreichen (vgl. Rolshoven 2018, 12). Schon die bloße Fähigkeit, die Schwierigkeiten des Alltags zu bewältigen, genüge potenziell für eine wirksame Held*innen-Inszenierung (vgl. Rolshoven & Winkler 2018, 226). „Helden sind, so scheint es demnach, vom hohen Sockel heruntergeholt und in unsere unmittelbare Nähe gerückt worden, sie sind schlicht alltäglich geworden.“ (vgl. Meyer 2010, 34) Dennoch bräuchten Held*innen immer auch „Kontrastfiguren: Heroische Narrationen erzeugen deshalb zugleich Nichthelden, die zum Helden aufschauen.“ (Bröckling 2018)

All das passt zu Roberts Selbstverständnis als Veganer. Da ein Held gemeinhin zu den Wissenden gehört, der gegen die Gefahren der Welt angeht, gesellschaftliche Strukturen und Machtverhältnisse offenlegt, für die Wahrheit kämpft und bereit ist, für sein Ziel Opfer zu bringen, harmonisiert das Narrativ des Helden äußerst gut mit Roberts Selbstbild als Inspirator und Aufklärer. Durch seine alltägliche vegane Ernährung und die damit einhergehende Abgrenzung von der prävalenten Praxis, Tierleid gesellschaftlich zumindest billigend in Kauf zu nehmen, inszeniert sich Robert als Alltagsheld, der den wiederkehrenden Herausforderungen für Veganer*innen mutig entgegentritt, um die Massentierhaltung aus der Welt zu schaffen.

Außerdem müsse ein Held stets narrativ erzeugt werden. „Keine Tat und kein Tod sind heldenhaft, wenn nicht jemand sie so nennt.“ (ebd.) Weiterhin seien gegenwärtige Held*innen darauf angewiesen, dass ihre Heldenhaftigkeit auch visuell vermittelbar ist (vgl. Meyer 2010, 39). Das Potenzial zur visuellen Vermittlung wohnt zunächst der Plattform Instagram ohnehin inne, und Robert nutzt diese Möglichkeit bewusst, indem er sich fotografisch als Superheld inszeniert – etwa wenn er an die Comicfigur Superman angelehnte Posen nachahmt, sein Hemd mit beiden Händen öffnet und dadurch die große Aufschrift „Vegan Hero“ auf seinem darunter liegenden schwarzen T-Shirt lesbar wird, (eine gegenwärtig zu Werbezwecken recht häufig verwendete „superheldische Darstellungskonvention“ (vgl. Koch 2021, 261)). Immer wieder wirbt Robert mittels des narrativen Elements des Heldischen für die vegane Lebensweise: „Mal ehrlich... Wer von uns wollte früher kein Held sein? Ein Tier zu retten verändert nicht die ganze Welt, aber die ganze Welt verändert sich für dieses eine Tier! 🐾 [...] Sei ein Held für Tiere 😊🌱“

In seinem Selbstverständnis als wissender Held und „Problemanzeiger“ (Bröckling 2018) fühlt Robert sich dazu verpflichtet, seine Erkenntnisse weiterzugeben, mit seinen Follower*innen zu teilen und täglich für eine Welt zu werben und einzutreten, in der Tiere nicht mehr ausgebeutet werden. Roberts Erzählung liest sich als eine aussichtsreiche Geschichte, sein veganes *Aufbegehren* gegen „das System“ könne siegreich sein.

Doch vor diesem Sieg muss Robert laut seiner Selbsterzählung, wie für Helden üblich, noch zahlreiche Herausforderungen meistern – „heroische Handlungsmacht braucht Widerstände.“ (ebd.) Dazu zählt insbesondere das symbolische Opfer als Akt der persönlichen Überwindung. Als solches mag hier zunächst der Verzicht naheliegen. Da Robert jedoch seine vegane Ernährung selbst nicht als Verzicht wahrnimmt, ist dieser Aspekt zu vernachlässigen. In seinem Fall liegt das Opfer vielmehr in der sozialen Auseinandersetzung, die sich aus seiner selbstgewählten Rolle als Aufklärer ergibt. Robert schildert sowohl auf seinem Instagram-Profil als auch im Interview mehrfach Schwierigkeiten, die sich aus der Begegnung mit Menschen ergeben, die nicht vegan leben – und die es entweder zu ertragen oder zu lösen gilt. Deutlich wird hieran auch: Roberts Verknüpfung der veganen Lebensweise mit dem Heroischen funktioniert gerade deshalb, weil die vegane Lebensweise bis dato eine gesellschaftliche Ausnahme darstellt und sich damit soziale Konfrontationen, nicht selten in Form eines Rechtfertigungsverlangens Dritter, ergeben.

5.1.8 Gleichgesinnte finden

Im Interview erzählt Robert, dass er in seinem Freundeskreis, als er auf eine vegane Ernährung umgestellt und sich immer mehr auch aus ethischer Perspektive mit dem Thema auseinandergesetzt habe, nicht auf sonderlich viel Zustimmung oder Interesse, meist sogar auf Ablehnung gestoßen sei. Bewusst habe er sich dann ein zweites Mal auf Instagram angemeldet, um sich auf seinem neuen Profil vor allem als Veganer zu präsentieren. Im Alltag sei ihm das in diesem Ausmaß nicht möglich gewesen, da er für Themen wie die Bedingungen der Massentierhaltung kein bereitwilliges Publikum fand. Andere Forschungen zur Subjektkonstitution im Internet haben die Potenziale für ein selbstentworfenen virtuelles Selbst, das außerhalb des Netzes weniger Aussicht auf Bestätigung hätte (vgl. Folger 2008, 293), bereits herausgearbeitet – genau auf diese Affirmation hoffte Robert bei der Eröffnung seines neuen Profils.

„Also war für mich die Intention auch mal [vegane] Freunde in der Umgebung zu finden, weil ich habe dann oft auch Orte und so angegeben, wo ich jetzt gerade gegessen habe. [...] Dann war das halt eher so die Sache, vielleicht finde ich ja noch ein paar Leute, die ein bisschen ähnlicher denken. [...] Zusätzlich auch der Alkohol war bei mir auch eine

Sache, die ich extrem runtergeschraubt habe, und dann noch mit der kein Fleisch essen Geschichte, war irgendwann für mich der Moment, wo ich gesagt habe, das [Fußball] passt einfach nicht mehr zu meinem Lebensstil und dann wollte ich mich auch von solchen Leuten ein bisschen entfernen und lieber mehr Zeit mit Leuten verbringen, die auf einem ähnlichen Weg sind.“ (IV)

Robert wurde also nicht nur durch das Ziel, andere Menschen von der veganen Lebensweise zu überzeugen, motiviert, sondern auch durch den Wunsch, „sich der begrenzten real-life Gemeinschaft [zu] entziehen“ (ebd., 291) und unter Gleichgesinnten zu sein. Letztlich auch, um Bestätigung für seinen Selbstentwurf als Veganer zu finden. Diese Erwartung wurde, so erläuterte mir Robert im Interview, alsbald auch erfüllt. Inzwischen habe er viele neue vegane Freunde gefunden, auch über Instagram.

Sein noch recht junger Selbstentwurf als Veganer, der andere zu einer veganen Lebensweise inspiriert, wird durch die meist positiven, zustimmenden und mithin dankbaren Reaktionen seiner Follower*innen gestützt. Da wir als Individuen, wie in Kapitel drei bereits genauer ausgeführt wurde, auf die Bewertung durch Andere angewiesen sind, ist Instagram für Robert im Vergleich zu seinen vorherigen alltäglichen Erfahrungen eine sehr vielversprechende Plattform, um Anerkennung für seinen Selbstentwurf als Experte für eine vegane Ernährungs- und Lebensweise zu erhalten. Im Fall von Robert lässt sich die auf Instagram gesammelte positive Resonanz weitergehend so deuten, dass er dadurch in seinem Selbstverständnis als Inspirator und Experte an Selbstvertrauen gewinnt. Doch würde ich Robert nicht gerecht werden, wenn ich gegen Ende dieses Kapitels behaupten würde, seine Bemühungen dienten ausschließlich der Bestätigung seines Selbstentwurfs und seiner Sehnsucht nach sozialer Zugehörigkeit. Ähnlich wie es Mirko Uhlig für die von ihm untersuchten Schamanen in der Eifel festhält (vgl. Uhlig 2016, 481), möchte auch ich Roberts Selbstentwurf nicht als eine abnehmbare Maske, hinter denen sich die eigentlich wahre Absicht verbergen, missverstanden wissen. Sein Bedürfnis, „den Veganismus reif für den Mainstream zu machen“ und Aufklärungsarbeit zu leisten, erscheint als ein mindestens genauso bedeutender intrinsischer Antriebsfaktor; zumindest erweckte er diesen Eindruck insbesondere im persönlichen Gespräch.

5.1.9 Das „Sprungbrett“ Instagram

Da Robert sein Profil besonders aufwendig gestaltet und täglich mehrere Stunden in neue Beiträge investiert, ließe sich ihm unterstellen, dass er dadurch einen finanziellen Mehrwert erhalte, wie man es von bekannteren Influencer*innen weiß (vgl. Detel 2017, 307). Diesem Gedanken möchte ich jedoch entgegenstellen, dass Robert, zumindest zum Zeitpunkt des Interviews,

keinerlei Geld durch sein Instagram-Profil einnahm. Dennoch investiert er täglich seine Kreativität und Freizeit, die ihm neben seiner Ausbildung als Kaufmann für Versicherungen und Finanzen bleibt, in die Gestaltung und Aktualisierung seines Profils. Darüber hinaus wurde sowohl bei der Analyse seiner Beiträge als auch im persönlichen Gespräch mehr als deutlich, wie sehr Robert hinter den Prämissen des Veganismus steht und wie stark er sich selbst mit der Identitätsschablone des Veganers identifiziert.

Perspektivisch spielt allerdings der Gedanke, irgendwann über seine „Netzprominenz“ (vgl. ebd.) und das ‚Sprungbrett‘ Instagram (vgl. ebd., 299) seine Leidenschaft zum Beruf zu machen, durchaus eine Rolle – ob durch die Umwandlung virtueller Aufmerksamkeit in monetäre Einkünfte oder ein, durch seine noch im Aufbau befindliche Netzprominenz ermöglichten, Zugang zu veganen Tätigkeitsfeldern. Roberts eigene Erfahrungen, aber auch die von ihm dargebotenen lebensweltlichen Symbol- und Ausstattungsrepertoires (vgl. Heimerdinger 2008a, 107) werden zu einer Ware, nach Pierre Bourdieu zu einer Form kulturellen und sozialen Kapitals (vgl. Bourdieu 1992; Reichert 2017, 96; Woltersdorff 2012, 189), die er seinen Follower*innen anbietet – zwar nicht gegen finanzielle Entlohnung, aber mit der Hoffnung verknüpft, dass seine Follower*innen ihr (Ess-)Verhalten anpassen und ihn mit Klicks, Likes und Kommentaren belohnen, die sich zukünftig womöglich in ökonomisches Kapital übertragen lassen. Da er in seiner Rolle als Vorzeige-Veganer auf der sozialen Bühne Instagram eine sinnstiftende Aufgabe sieht, wäre es für Robert „mega cool, wenn ich sagen könnte, läuft jetzt einfach, ich mache das, was mir persönlich Spaß macht, kann genau da die Energie reinstecken.“ Für Robert wäre es eine „Idealvorstellung, [...] rein mein Geld nur über diese Schiene zu verdienen, das fände ich richtig cool und wahrscheinlich würde sich das so anfühlen, als würde ich nie wieder richtig arbeiten müssen.“

Mit diesem beruflichen Wunsch im Sinn, aber auch aus der Motivation heraus, die Idee des Veganismus weiter zu verbreiten, ist Robert bereit, mehrere Stunden am Tag für die Plattform aufzubringen, und versucht, sich mit viel Engagement in den Algorithmus ‚einzudenken‘. Robert versucht möglichst alle *Affordanzen* (vgl. Bareither 2020a) Instagrams zu entdecken und zu erfüllen – da sich für ihn damit die Hoffnung verknüpft, umso mehr Handlungsaufforderungen er nachkomme, umso mehr Sichtbarkeit gebe ihm die Plattform beziehungsweise der Algorithmus.

Da die Instagram-Plattform Aufmerksamkeit bekanntermaßen quantitativ anhand von Likes und anderen Kriterien misst und mit Reichweite belohnt (vgl. Zeller 2019, 275), versucht Robert neben Instagram-Affordanzen auch die Interessen und Wünsche seiner Follower*innen täglich neu zu ergründen und diesen nachzukommen. Um möglichst viel „Bewegung“ auf das

eigene Profil zu bringen, sei es besonders wichtig, regelmäßig zu posten – es zeigt sich hier ein „Druck der Reziprozität“ (Blumberg & Möhring et al. 2009, 20). Außerdem versuche er in seinen Posts, ob in Story- oder Bildformat, regelmäßig Fragen an seine Community zu integrieren. Dadurch sollen diese dazu bewegt werden, seine Beiträge mit noch mehr Likes und Kommentaren zu versehen. Diese Interaktionen sorgten wiederum dafür, dass der Instagram-Algorithmus noch mehr User*innen seine Beiträge ausspiele.

Damit seine Beiträge möglichst viele Personen erreichen, verfolgt Robert noch weitere Strategien, beispielsweise hinsichtlich Gestaltung, Inhalten und Frequenz seiner Posts sowie zur Wahl des richtigen Zeitpunkts für ein Posting, um möglichst große Resonanz zu erhalten. Bildbeiträge allein reichten zudem nicht aus, tägliche Storys seien genauso wichtig, erklärt mir Robert im Interview – sowohl der Algorithmus als auch seine Follower*innen forderten Storys ein.

Weiterhin sei die Vernetzung auf Instagram, so erklärt mir Robert, ebenso bedeutsam, um sich langfristig auf der Plattform zu behaupten. Daher versuche er, mit möglichst allen seiner Follower*innen in Kontakt zu treten, ihnen auf ihre Nachrichten und Kommentare zu antworten und sich mit anderen vegan lebenden Influencer*innen zu vernetzen.

Entwickelt hat Robert seine Strategien autodidaktisch durch eigenes Ausprobieren und die Beobachtung anderer erfolgreicher Profile. Dabei eifert er ihm bekannten Vorbildern aus der *veganen Community* auf Instagram nach, orientiert sich bei der Gestaltung seines Profils an seinen Vorbildern. Ganz ähnlich wie es bereits für die Plattform YouTube festgestellt wurde (vgl. Wagner & Forystarczyk 2015), wird das gegenseitige Kopieren medialer (Inszenierungs-)Strategien von Robert nicht als problematisch, sondern als gängige Praxis wahrgenommen.

5.1.10 Inspirieren statt Missionieren

Da die bei Robert schon mehrfach angeklungene ausgeprägte Motivation, andere Menschen zu einer veganen Lebensweise zu „inspirieren“, während meiner Feldforschung noch häufiger auftaucht, möchte ich diesen Aspekt zuletzt noch mit Blick auf weitere Interviewpartner*innen beleuchten. Besonders in den persönlichen Gesprächen kommen mehrere meiner Gesprächspartner*innen von selbst auf den Aspekt des ‚Inspirieren-Wollens‘ zu sprechen. Auch innerhalb der Profile taucht der Begriff der Inspiration auffällig häufig auf, besonders Hanna verwendet den Hashtag „#inspirierenstattmissionieren“ mehrfach – bei Robert findet sich das Gegensatzpaar aus Missionieren und Inspirieren besonders häufig. Ähnlich wie Robert, erzählt auch Rebecca im Interview, dass sie andere Menschen durch ein auf Instagram dokumentiertes gutes

und erfülltes Leben dazu inspirieren möchte den gleichen Weg wie sie einzuschlagen und vegan zu leben.

„Meine Motivation kommt eigentlich einfach daher, dass man da irgendwie ganz viel tun kann und ich jetzt nicht missionieren möchte oder sowas. Sondern einfach nur vorlebe, was ich mache, und ohne irgendwie diese ganz krassen Gründe zu nennen, und dann so hoffentlich die Leute zu inspirieren, dass sie es auch so ähnlich machen, weil sie sehen, dass es mir guttut und dann auch gar nicht irgendwie [erklären], warum ich das tu, sondern einfach nur, dass es mir guttut. Und mein Hintergrund ist, hoffentlich etwas bewegen zu können, da die Welt halt so einfach nicht weitergehen kann, weil das einfach kein nachhaltiges Denken ist.“ (IV)

Hanna und Rebecca bringen, genauso wie Robert, den Begriff des *Missionierens* selbst in unsere Unterhaltung ein. Beide betonen von sich aus, dass sie andere Menschen nicht missionieren wollten – ohne, dass ich selbst den Begriff des Missionierens in unsere Unterredung einbrachte. Denkt man an die in den Massenmedien zwar inzwischen abgeflachte, aber immer wieder auftauchende Darstellung von Veganer*innen als Menschen, die mit ihrer Überzeugung überall hausieren gehen, dann können sowohl Roberts als auch Rebeccas Ausführungen durchaus als eine (vorbeugende) Reaktion auf diesen Stereotyp interpretiert werden. Überschriften wie „Missionarische Veganer. Der Irrglaube“ (Der Spiegel 2018) oder Zeilen wie „An einem Satz wie ‚Ich bin Veganer!‘ erkennt man den Extremisten, der seine schrulligen Ernährungsgewohnheiten zur Identität hochgejazzt hat und dafür Applaus erwartet [...]“ aus dem Spiegel oder populäre Witze wie: „Wie erkennt man einen Veganer? Er wird es dir erzählen“, seien hierfür beispielhaft genannt. Ein Deutungsangebot wäre, dass der Begriff der *Inspiration* von meinen Interviewpartner*innen gezielt an die Stelle des *Missionierens* gerückt wird.

Insbesondere in den persönlichen Gesprächen wurde deutlich, dass sich die hier genannten Veganer*innen von dem ihnen im Alltag immer wieder entgegengebrachten Vorwurf, sie hätten das Ziel, andere Menschen zu missionieren, distanzieren möchten, um so nicht von anderen wahrgenommen zu werden. Zwar wohnt auch dem Begriff der *Inspiration* das Bestreben inne, andere Menschen die vegane Lebensweise näher zu bringen, jedoch ist der Begriff des Missionierens im Vergleich negativer konnotiert. Im alltäglichen Sprachgebrauch wird das Missionieren eher als eine Tätigkeit wahrgenommen, die andere Menschen zu etwas drängt bzw. überredet und ist gedanklich häufig mit der hartnäckigen Verbreitung von Glaubenslehren verknüpft. Mit der Bezeichnung der *Inspiration* schwingt hingegen eine positive Konnotation mit, da *Inspirationen* eher als anregende Impulse verstanden werden und aus diesen eine erstrebenswerte

schöpferische Kraft hervorgeht. Durch den Begriff der *Inspiration* wandeln die Befragten ihre Bemühungen, andere Menschen vom Veganismus zu überzeugen, in eine positiv konnotierte Tätigkeit und drängen den Gedanken einer etwaigen ideologischen Enge oder dogmatischen Haltung zurück. Meinen Interviewpartner*innen war es wichtig zu betonen, dass sie diesen Lebensstil oder diese Ernährungsweise keinesfalls andern Menschen aufdrängen möchten, für sie selbst sei eine vegane Lebensweise allerdings eine logische Konsequenz auf Basis der von ihnen gesammelten Informationen. Anhand der analysierten Profile und der geführten Interviews ist ersichtlich, dass sie nicht als *Missionierende* oder als *Dogmatiker*innen* abgestempelt, gleichzeitig aber auch jeweils als Person verstanden werden möchten, die sich aus guten Gründen für die vegane Lebensweise entschieden hat. Instagram scheint hier als Korrektiv zu dienen – auf der Plattform können die Veganer*innen dem an sie herangetragenen Fremdbild mit ihrer virtuellen Selbsterzählung entgegenwirken. Likes und andere positive Rückmeldungen können in dieser Lesart als Stütze dienen.

Die Verwendung des Begriffs der *Inspiration* lässt sich außerdem auf die Erfahrung meiner Interviewpartner*innen zurückführen, dass aggressive Überzeugungsstrategien ohnehin direkt eine Abwehrhaltung bei nicht vegan lebenden Personen erzeugten. Vielversprechender sei dahingegen eine sanfte Argumentationsweise und das Vorleben eines ‚erfolgreichen‘ (in diesem Sinne gesund, glücklich, sinnvoll etc.) Lebens. Den veganen Lebensstil mittels der durch Instagram zur Verfügung gestellten Möglichkeiten virtuell vorzuführen, täglich auf Basis der eigenen Erfahrungen die Nebeneffekte des veganen Lebensstils authentisch als positiv darzustellen und indirekt darauf zu verweisen, dass der Veganismus Antworten auf zahlreiche Probleme im 21. Jahrhundert (siehe Kapitel zwei) bietet, erscheint den Befragten als eine effektive Strategie, um „den Veganismus reif für den Mainstream [zu] machen“. Durch das Vorleben und den dadurch individuell am eigenen Leib erbrachten Beweis, dass sich die Vorzüge einer veganen Lebensweise bewähren, könne sich, so die einhellige Hoffnung der Interviewten, die vegane Lebensweise weiterverbreiten. Für diese ‚sanften‘ Überzeugungsversuche scheint der Terminus der *Inspiration* in letzter Konsequenz passender.

Klickt man sich durch die sowohl inhaltlich als auch ästhetisch durchaus ansprechend gestalteten Profile der verschiedenen Veganer*innen, lässt sich vermuten, dass sich sowohl jene davon angesprochen fühlen könnten, die das Wohl von Tieren und dem gesamten Planeten kümmert und die nach einer moralisch richtigen Handlungsweise suchen, als auch diejenigen, die sich ausschließlich vitaler und gesünder fühlen möchten. Wer nach *Inspiration* oder Anleitungen für ein ‚gutes Leben‘ sucht, kann innerhalb der Bandbreite an Profilen von Vegan-

er*innen fündig werden – ob die dort jeweils kuratierten veganen Lebensentwürfe tatsächlich zu einem guten Leben führen, steht auf einem anderen Blatt.

5.2 Theresa, die Kämpferin

„Entweder du bist Teil der Lösung oder Teil des Problems.“

„Choose Love go vegan“, „Kill the bad Vibes not animals“, „Eating meat is strange“, „The future is vegan“, „Fight against homophobia, racism, sexism, speciecism, human & animal exploitation“ – diese Aussagen fallen den Betrachtenden sogleich beim Scrollen durch Therasas Profil in den Blick: Sie trägt diese ‚Statement-Schriftzüge‘ auf ihrer Kleidung zur Schau. Auch mittels der von Theresa auf Instagram veröffentlichten Fotografien veganer Speisen oder der Bildunterschriften bekennt sich Theresa regelmäßig zum Veganismus.

Da einige der Fotografien und Storys Theresa mit Statement-Schriftzug auf der Kleidung in alltäglichen Situationen zeigen, beispielsweise beim Lebensmitteleinkauf oder im Restaurant, liegt die Vermutung nahe, dass sie sich nicht nur auf Instagram gezielt als Veganerin *markiert*. Unter einer ihrer Fotografien schreibt Theresa sogar, dass sie diese Mode „nahezu täglich trage“. Sowohl mit ihrer Kleidung, ihrem alltäglichen Konsumverhalten, als auch mit ihrem Instagram-Profil bringt Theresa ihren veganen Lebensstil bewusst zum Ausdruck. Im Interview erklärt sie:

„Also und ich muss sagen, auch wenn es doof klingt, ich definiere mich schon so ein bisschen da drüber. Also nicht, dass mich das jetzt als einziges ausmacht, aber es ist halt für mich ein wichtiger Teil von meinem Leben. Und eben auch von meinem Account.“
(IV)

Täglich lädt Theresa neue Inhalte auf ihrem Instagram-Profil hoch. In Form eines einzelnen Bildbeitrags, meist mit längerem Text darunter, oder indem sie über den Tag verteilt mehrere Storys veröffentlicht. In meinem Sample ist Theresa diejenige, die die Funktion der Storys am intensivsten nutzt – täglich nimmt sie mehrere Videoschnipsel auf, nicht selten etwa 50 Stück pro Tag – und erzeugt damit für die Betrachtenden den Eindruck einer „Totalaufzeichnung“ (Köhnen 2019, 229).

In ihren Beiträgen richtet sich Theresa an ihre Follower*innen, evoziert Kommentare, indem sie bewusst Fragen an die Betrachtenden formuliert oder sie dazu auffordert, Fragen zu stellen. Sowohl in ihren Storys als auch in den von ihr aufgenommenen Fotografien und den darunter veröffentlichten Texten setzt Theresa auf spontane und emotionale Inszenierungs-

strategien. Spontan und authentisch wirken Theresas Bildbeiträge sowie Storys, da im Hintergrund immer wieder Theresas unaufgeräumte Wohnung zu sehen ist, sie sich regelmäßig verschwitzt nach ihrem Morgensport fotografiert oder innerhalb anderem alltäglichen ‚Chaos‘ abgelichtet. Innerhalb des Samples an Instagram-Profilen wirken die Motive ihrer Fotos weniger wie ausgeleuchtete Arrangements. Bewusst bedient sich Theresa keiner Stilleben-Ästhetik, sondern eher einer ‚dokumentarisch-amateurhaften Ästhetik‘ (vgl. Holfelder & Schönberger 2018, 8). Theresas „(Audio-)visionen des Alltags“ (Simon 2020) transportieren dadurch einen vermeintlich direkten Wirklichkeitsbezug, präsentieren sie als ‚transparente Person‘ (Köhnen 2019, 224), was einen Raum für besonders starke Identifikation seitens der Betrachtenden eröffnet. Bemerkenswert ist im Zusammenhang der wiederkehrenden Unordnung auch Theresas Instagram-Name. Aus dem Interview mit Theresa ergab sich nämlich ein Zusammenhang zwischen der von Theresa inszenierten Unordnung und ihres Instagram-Namens. Theresas User*innen-Name bezieht sich auf die sich in ihrem Bauchnabel sammelnden Fusseln. Das Element der ‚Unordnung‘ findet sich also sowohl sprachlich als auch bildsprachlich in Theresas Instagram-Erzählungen.

Im Interview erklärt Theresa außerdem, dass sie auf optische Filter absichtlich verzichte. Dadurch sei ihr Instagram-Profil authentischer (im Sinne von echt), weniger eine bloße „hübsche Fassade“. Tatsächlich wirkt Theresas Account im Vergleich zu den anderen untersuchten Profilen auf mich weniger gestellt.

Mindestens jedes zweite Bild zeigt Theresa beim Kochen, beim Einkaufen, auf Spaziergängen oder beim Spielen mit ihren Kindern (die Gesichter ihrer Kinder sind nie zu sehen). Dazwischen finden sich die für das Feld typischen *Essensbilder* – von oben fotografiert, in der Regel auf einem runden Teller angerichtet, das Gemüse sorgsam darauf drapiert. Ein Klick auf Theresas einzelne Beiträge öffnet meist einen längeren Text. Dort lassen sich ergänzende Erklärungen, beispielsweise das passende Rezept zu dem abgebildeten Gericht oder Erläuterungen zu kritischen Nährstoffen bei einer veganen Ernährung nachlesen. Sie selbst bezeichnet diese als „Informationen in Häppchen“. So schreibt sie zum Beispiel:

„Calcium wird von der DGE als kritischer Nährstoff bei veganer Ernährung eingestuft. Tatsächlich gibt es einige pflanzliche Lebensmittel, die reich an Calcium sind, allerdings sind es aber auch oftmals solche, die wir üblicherweise nicht in großen Mengen zu uns nehmen. Daher versuche ich immer, genau diese in unsere Mahlzeiten zu integrieren. Bei den Bratlingen hier ist die Geheimzutat Sesam. Mit knapp 800mg Calcium auf 100 Gramm der ultimative Lieferant für den Mineralstoff.“ (IG)

Die Auswertung des Instagram-Profiles von Theresa deutet daraufhin, dass sie sich als engagierte Veganerin versteht und eine sinnstiftende Aufgabe darin sieht, für die vegane Lebensweise zu werben. Ähnlich wie Robert, erklärt auch Theresa im Interview, dass sie mit ihrem Instagram-Profil andere Menschen zur veganen Lebensweise inspirieren und zum Nachdenken anregen möchte, zumindest hege sie diese Hoffnung:

„Ich weiß nicht, inwieweit das stimmt, aber da mir auf jeden Fall schon manche geschrieben haben, dass sie jetzt auch sich mehr umstellen durch mich. Dann habe ich immer die Hoffnung, dass da vielleicht was dran ist.“ (IV)

Auf Instagram schreibt sie über ihr eigenes Profil: „Ich möchte hier Menschen inspirieren. Momente und Ansichten teilen. Mich austauschen. Diskussionen anregen. Gedanken anstoßen. Motivation wecken.“ Theresas Strategie, um dieses Ziel mittels ihrer Darstellung auf Instagram umzusetzen, ist es, ihren Alltag als Veganerin auf der Plattform exemplarisch zu dokumentieren und ihre Beweggründe darzulegen. Im Interview erklärt sie:

„Ich glaube, viele, die auf Instagram unterwegs sind und sich im Bereich Veganismus informieren, dass die auf jeden Fall schon mal so offen dafür sind, dass sie auch empfänglich sind für Informationen. Und dadurch, dass halt viele Personen anderen folgen, die sie sympathisch finden, dass sie dann vielleicht auch eher den veganen Aspekt an sich ranlassen, als wenn sie es in der Zeitung oder so lesen würden. Weil sie sich mit der Person vielleicht verbunden fühlen.“ (IV)

Neben unterschiedlichen Informationen rund um die vegane Ernährung finden sich auf ihrem Profil überwiegend tagebuchähnliche Einträge. In ihren Bilduntertexten erzählt Theresa täglich von ihren Gedanken, Emotionen, Erlebnissen, ihren alltäglichen Problemen als Veganerin und spricht über persönliche Themen wie beispielsweise ihre Entscheidung, ihre Kinder vegan zu ernähren, und der ihr deshalb immer wieder entgegengebrachten Kritik.

5.2.1 Instagram als interaktives Tagebuch

Sowohl auf inhaltlicher als auf formaler Ebene greift Theresa Elemente des Kulturmusters des Tagebuchschreibens auf, schließt ihre Instagram-Praktik damit also an die aus Weblogs bekannte Praxis des Bloggens an (vgl. Schönberger 2009, 381). Insbesondere in ihren täglichen Storys berichtet sie, was sie den Tag über erlebt und dabei gefühlt hat. Konflikte, die mit ihrer veganen Lebens- und Denkweise einhergehen, sind zum Zeitpunkt meiner Beobachtung ein besonders regelmäßig wiederkehrendes Erzählmuster.

Im Interview erläutert mir Theresa, dass sich Instagram über die Zeit zu einem öffentlichen Tagebuch entwickelt habe, vermutlich sei ihre komplizierte Schwangerschaft hierfür ausschlaggebend gewesen. Damals sei es ihr so schlecht gegangen, dass sie angefangen habe, Instagram als eine Art Tagebuch zu nutzen. Die Rückmeldungen anderer Frauen seien ihr eine große Hilfe gewesen, sie habe sich mit ihren Problemen schlichtweg nicht mehr so allein gefühlt. Theresas Tagebucheinträge sind daher keine rein solipsistische Übung, wie bei einem klassischen Tagebuch, da sie „öffentlich und expressiv [...] vor möglichst großem Publikum“ (Schroer 2006, 43) erfolgen. Genau dieses Element des Öffentlichen, des Schreibens für ‚wirkliche Andere‘ (vgl. Folger 2008, 288) scheint für Theresa fruchtbar zu sein. Gerade die Rückmeldungen anderer Nutzer*innen und der Austausch über Themen wie den Veganismus schätze sie sehr.

Theresas Interviewangabe, sie verwende Instagram als eine Art interaktives Tagebuch, bestätigt die Auswertung ihres Profils insofern, als Theresas ihre eigenen Gedanken und Erfahrungen auf Instagram „jenseits des üblichen Alltagshorizonts“ (Koch 2015, 196) erforscht, verbalisiert und reflektiert. Ähnlich wie ein Tagebuch, ergänzt um die Option des interaktiven Austauschs, dient ihr Instagram sowohl zur Generierung öffentlicher Aufmerksamkeit als auch als „kontemplative Selbstbesinnung“ (Köhnen 2019, 218) sowie als Möglichkeitsraum, um ihre Gedanken zu sortieren und ihr Selbstverständnis als Veganerin zu festigen. Beispielhaft sei hier zunächst auf einen Bilduntertext verwiesen, den Theresa unter einem Selfie veröffentlicht, auf dem sie im Schneidersitz vor ihrem Bett ruht und nachdenklich an der Kamera vorbeiblickt. Im Bilduntertext ordnet sich Theresa dem „#teamvegan“ zu, einer Gruppe von Menschen, die aus ihrer Sicht nicht die Augen vor gegenwärtigen Problemen wie Massentierhaltung oder Klimakrise verschließen. Narrativ nutzt sie hier eine popkulturelle Anspielung auf den Science-Fiction-Film *Matrix* (1999), indem sie zwischen der roten und der blauen Pille unterscheidet.

„Die rote Pille ist eine bittere Pille. Es macht keinen Spaß sie zu schlucken. Sie schmeckt nach Ungerechtigkeiten und Grausamkeiten und Leid. Und sie liegt schwer im Magen. Unverdaulich. Unbequem. Sie öffnet deine Augen für all das Elend dieser Welt. Du kannst nicht wegsehen, und es tut weh. Die blaue Pille schmeckt süß und mild. Sie hüllt dich in Watte. Eine wohlige Behaglichkeit mit leichter Zimtnote. Es ist ein gemütliches und angenehmes Gefühl im Bauch. Ich verstehe jeden, der sich für die blaue Pille entscheidet. Das Leben nach der roten ist nicht immer reine Freude. Es ist mühsam und belastend. Es ist unwiderrufflich. Unumkehrbar. Die blaue Pille hat ihren Reiz. Sie zeigt uns keine Klimakrisen und keine Massentierhaltung. Keine Menschenrechtsverletzungen und keine Kriege. Keine vermüllten Ozeane und brennenden Wälder. Keine hun-

gernden Kinder und ertrinkende Geflüchtete. Das Problem ist: das ist nicht echt. Die Augen zu verschließen ist verlockend. Aber der Bus wird trotzdem gegen die Wand donnern. Und egal wie fest du deine Augenlider zusammenkneifst: Der Aufprall wird dich deswegen nicht verschonen. Die blaue Pille schmeckt besser. Ich habe Tage da wünsche ich, ich hätte sie gewählt. Dennoch glaube ich, die Welt wäre ein besserer Ort ohne sie. Denn nur wer die Missstände sieht, kann sich dagegen aussprechen. Wer blind dafür ist, mag sie verdrängen können. Verschwinden werden sie dadurch nicht. Die rote Pille gehört zu mir. Wer es zulässt, kostet ein Stückchen von ihr. Vielleicht braucht es dann irgendwann weder rote noch blaue Pillen. Weil wir alle an einem Strang gezogen haben. Vielleicht spricht da jetzt aber auch nur noch ein Funken Hoffnung aus mir, den die rote Pille noch nicht erwischt hat. Welche Pille schluckst du? #matrixreloaded #blaueoderrotekapsel #roteoderblauepille #veganddeutschland #veganuary #veganuary2020 #teamvegan #klimawandel #nachhaltigkeit #klimawandelstoppen #fridaysforfuture #noplanetb #keinplanetb #plastikfrei“ (IG)

Theresa inszeniert sich in ihrem Text als eine Person, die bereit ist, gegen die Missstände der Welt, wie die Massentierhaltung und deren öko-soziale Folgen, aktiv etwas zu unternehmen. Die vegane Lebensweise ist in ihrer Erzählung hierfür eine zielführende Strategie. Eine mögliche Deutung dieses Textes ist weiterhin, dass Theresa hier ihre Selbstdefinition mittels einer Legitimierungs- bzw. Rechtfertigungserzählung (vgl. Lehmann 1980) vor ihr selbst und vor anderen dokumentiert. Auch dass Theresa im Interview mehrfach ihre Verwendung von Instagram als Tagebuch betont, legt den Schluss nah, dass sie ihr Selbstverständnis als Veganerin in Posts wie diesem narrativ untermauern möchte – bewusst oder unbewusst.

Dieser bestärkende Effekt wird dadurch intensiviert, dass Theresa ihrer eigenen Angabe gemäß auf Instagram hauptsächlich zustimmende und positive Rückmeldungen, die sie selbst als unterstützend wahrnehme, bekomme. Durch die Kommentarfunktion sowie die Möglichkeit, Theresa auch private Nachrichten zukommen zu lassen, erreiche sie in der Regel täglich eine größere Zahl von Nachrichten: „Ich habe manchmal am Tag zweihundert Nachrichten auf meine Story.“ Fortlaufend werden ihre tagebuchähnlichen Einträge durch ihre Follower*innen vor allem positiv kommentiert und bewertet. Als unterstützende Masse schreiben sich Theresas Follower*innen *ko-produktiv* (vgl. Nünning & Rupp 2012, 6) in ihre Selbsterzählung ein, fördern ihre häufig emotionalen Schilderungen, indem sie Theresa für derartige Beiträge besonders viel Aufmerksamkeit schenken. Auch der Instagram-Algorithmus, betrachtet man ihn als beteiligtes Artefakt (vgl. Reckwitz 2020, 26) beziehungsweise Aktant, fördert emotionale Erzählungen Theresas, denn durch den Algorithmus werden vermehrte Klicks positiv gewertet

und mit noch mehr Aufmerksamkeit belohnt (vgl. Rau & Stier 2019, 405; Stark & Stegmann et al. 2020, 34), was wiederum Theresa lehrt, dass emotionale Narrationen ihr auf Instagram mehr Aufmerksamkeit bescherten.

Des Weiteren entsteht bei der Durchsicht ihres Profils der Eindruck, dass negative Emotionen auf ihrem Profil überwiegen: Fotografien, auf denen Theresa die Tränen in den geröteten Augen stehen, auf denen sie mit den Augen rollt oder andersartig ihre emotionale Überforderung offen zur Schau trägt, sind in Summe häufiger zu sehen – meist dreht es sich dabei um Beiträge, die vom Mitgefühl gegenüber Tieren erzählen.

Über ihre Offenheit und das von Theresa vermittelte Gefühl der emotionalen Betroffenheit stellt Theresa Nähe zu ihren Follower*innen her. Monique Scheer folgend, werden Emotionen auch kommuniziert, um über die Hervorrufung von Emotionen das jeweilige Gegenüber von etwas zu überzeugen (vgl. Scheer 2016, 18–19). So versucht auch Theresa, ihr Publikum zu animieren. Ihre Emotionen und die so simulierte Nähe sollen die Lesenden zu eigenen Handlungen, zur veganen Lebensweise oder zumindest zum Austausch von Emotionen anregen. Dabei variiert sie die Form, sodass die Aufforderung selbst aktiv zu werden mit konkreten Handlungsaufforderungen wie „Seid ihr dabei?“ oder implizit über ihre Erzählungen als solche erfolgen kann.

Ihre emotionale Offenheit lässt sich darüber hinaus auch damit begründen, dass sie selbst ihre Einträge als Tagebucheinträge charakterisiert und sich auf Instagram, nach ihrer eigenen Wahrnehmung, unter vertrauten Personen befindet. Zumindest Teile ihrer Follower*innen sind für Theresa Gleichgesinnte oder gar „Seelenverwandte“, wie sie einen Teil ihrer Follower*innen im Interview nennt. Sie hegt durchaus freundschaftliche Gefühle für jene User*innen, mit denen sie ihre alltäglichen Erlebnisse teilt. Prinzipiell versucht Theresa daher auf jede einzelne Nachricht zu antworten und ihre Wertschätzung gegenüber ihren Follower*innen regelmäßig auch auf ihrem Instagram-Profil zu artikulieren:

„Das Wertvollste, was ich hier bekomme (und das bekomme ich Glückspilz wahnsinnig oft) sind eure Worte. Und fast immer beinhalten sie die Wertschätzung meiner Person. Meiner Texte. Der Themen die ich teile. [...] Danke, dass ihr da seid. Wirklich. Danke.“
(IG)

Da ihr veganer Lebensstil für ihr eigenes Selbstverständnis essenziell ist, ist es mithin eine logische Konsequenz, dass Themen wie die Bedingungen der Massentierhaltung oder das für sie unverständliche Konsumverhalten anderer von Theresa emotional zur Sprache gebracht werden und in ihrem ‚interaktiven Tagebuch‘ Platz finden.

5.2.2 Auf zwei Tassen Tee

Zu unserem Interview trägt Theresa keines der eingangs erwähnten ‚Statement-T-Shirts‘, und der Aspekt ihrer veganen Lebensweise steht im Gespräch wesentlich weniger im Vordergrund, als ich auf Basis der Analyse ihres Profils erwartet hätte. Da Theresa als einzige der Interviewpartner*innen in derselben Stadt wie ich wohnt, schlage ich ihr vor, dass wir uns bei ihr oder mir zu Hause treffen könnten – Theresa entscheidet sich für einen Besuch bei mir. Die Begrüßung ist herzlich, wir setzen uns mit einem Tee auf den Balkon. Unser Gespräch läuft auf Anhieb flüssig – wie nach der Analyse ihres Profils erwartet, erzählt Theresa gerne über sich selbst. Interessiert höre ich ihr zu, versuche, sie nicht zu häufig zu unterbrechen. Als ich im Nachhinein das Interview noch einmal gedanklich rekapituliere, fällt mir auf, dass Therasas veganer Lebensstil weniger Raum eingenommen hat als in den vorherigen Interviews und ich frage mich, woran das gelegen haben könnte. Eine Möglichkeit ist, dass Theresa in mir einer Art Verbündete sah. Zu Beginn unseres Interviews fragte sie mich, wie ich zur veganen Lebensweise gefunden habe. Aus unserem Mailaustausch wusste sie bereits, dass ich selbst vegan lebe. Für Theresa scheint es nach meiner knappen Erklärung, dass ich im Zuge meiner Recherche für meine Dissertation zur veganen Ernährung gefunden habe, nicht mehr notwendig, besonders ausführlich zu erläutern, weshalb sie vegan lebt bzw. weshalb eine vegane Lebensweise aus ihrer Sicht sinnvoll wäre, anders als in ihren Erzählungen auf Instagram. Da wir beide vegan leben, scheint Theresa von einem geteilten Wissensstand auszugehen, sodass sie sich offenbar nicht gezwungen sieht, auf ihre üblichen Erklärungsstrategien zurückzugreifen – eine Kulturanthropolog*innen bekannte *intrakulturelle Problematik* (vgl. Uhlig 2016, 84). Da es in den für meine Forschungsarbeit geführten Interviews nicht vordergründig um die Beweggründe für eine vegane Lebensweise geht, bewerte ich den Interviewverlauf nicht als problematisch, sondern vielmehr als Bestätigung dafür, dass ich „die Sprache des Feldes“ (Sutter 2013, 139) sprechen konnte, sowie als Indiz für ein mir als Forscherin entgegengebrachtes Vertrauen.

Therasas teils emotionsgeladene Instagram-Texte, die von alltäglichen Anfeindungen berichten oder von ihrem Unverständnis gegenüber Menschen zeugen, die laut Therasas Verständnis unreflektiert Tierprodukte konsumieren, hatten mich jedoch eine andere Theresa erwarten lassen. Eine Person, die versuchen würde, mich davon zu überzeugen, dass die vegane Lebensweise weiterverbreitet werden müsse, wie im Interview mit Hanna, die mir Mut zusprach, dass ich doch mehr mit meinen Mitmenschen diskutieren solle. Theresa sieht sich im Interview weder zu ausführlichen Rechtfertigungen für ihren Veganismus gezwungen noch will sie mich zu einem offensiveren Umgang mit meiner Lebensweise bewegen. Theresa erzählt von ihrer Tätigkeit auf Instagram, von ihren Plänen und Hoffnungen. Auch ihre Fröhlichkeit ver-

wirrt mich zunächst, hatte ich mir auf Basis ihrer emotionalen Instagram-Texte und ihrer offen formulierten Gefühle des ‚Weltschmerzes‘ oder der sie immer wieder einholenden Wut doch eine energischere, womöglich sogar eine verbitterte Person vorgestellt. Innerhalb meiner Forschung bestätigt mich diese Erfahrung nachhaltig darin, dass die geführten Interviews mit den Profilinhaber*innen eine sinnvolle Ergänzung zur Plattform-Ethnografie darstellen.

5.2.3 „wegen der Tiere“

Zum Zeitpunkt unseres Interviews ist Theresa 32 Jahre alt und arbeitet als selbständige Social-Media-Beraterin. Sie übernimmt vor allem für andere Personen das Verfassen von Texten, die später auf Social Media hochgeladen werden. Die Pflege ihres eigenen Instagram-Profiles sei eine Freizeitbeschäftigung. Nach ihren Angaben im Interview verdient sie mit ihren Uploads auf Instagram nur geringfügig Geld, und das auch erst seit wenigen Monaten.

„Also ich habe halt die eine Kooperation mit den Nahrungsergänzungsmitteln. Da ist eigentlich so, dass ich dauerhaft immer zehn Prozent bekomme, wenn jemand über meinen Code kauft. [...] Also ich hatte mir die [Nahrungsergänzungsmittel] halt selbst gekauft und dann habe ich irgendwann gedacht, ich frage die einfach mal. Ich wusste gar nicht, dass die alles auch mit so einem Code machen. Ich dachte einfach, die schickt mir da halt ein paar, dachte ich, okay spart man ein paar Euro [...] Und die haben gemeint, ja, das können die so machen. Und immer wenn das jemand kauft, dann kriege ich zehn Prozent vom Umsatz. [...] Das sind so hundert Euro ungefähr im Monat, was ich kriege.“ (IV)

Ihr „Traum“ hinsichtlich ihrer beruflichen Zukunft ist es, ein Fernstudium zur veganen Ernährungsberaterin zu absolvieren – so könne sie ihre Leidenschaft zum Beruf machen. Das Narrativ, ‚die eigene Leidenschaft (für den Veganismus) zum Beruf zu machen‘, taucht in durchweg allen geführten Interviews auf, weshalb diesem Topos ein einzelnes Kapitel gewidmet ist und hier nicht intensiv verfolgt wird. Theresa plant, sich als selbständige vegane Ernährungsberaterin vor allem auf die Beratung (werdender) Mütter bzw. veganer Familien zu konzentrieren. Ihr Instagram-Profil könne ihr als eine Möglichkeit der Generierung von Kund*innen dienen. Vor allem Frauen folgten ihr auf Instagram, häufig bekomme sie Fragen zur veganen Kinderernährung gestellt. „Also für mich wäre halt mein Traum, dass ich das mit dieser Beratung für vegane Familien im Bereich Ernährung und so machen könnte.“ Wenige Wochen später erfahre ich über Instagram, dass sie das im Interview formulierte Ziel tatsächlich in die Tat umsetzt und ein Fernstudium als vegane Ernährungsberaterin beginnt.

Ihre ersten Schritte hin zu einer veganen Lebensweise sei sie jedoch schon deutlich früher im Leben gegangen. Theresa ernähre sich seit ihrem 15. Lebensjahr vegetarisch, erzählt sie im Interview:

„Also ich war schon Vegetarierin, schon ziemlich lang. Ich wollte eigentlich schon seit ich ein kleines Kind war, seit ich das quasi erfahren habe, dass man Tiere töten muss, damit man Fleisch essen kann. Wollte ich eigentlich Vegetarierin werden, aber als Kind hat mir immer schon noch so ein bisschen die Willenskraft gefehlt. Weil dann gab es bei der Oma irgendwas Leckeres, dann hast du halt doch mal gedacht, ach ja. Und ja, so ziemlich mit 14 habe ich dann aber wirklich gesagt, nein jetzt schaffe ich das. Und ich weiß noch ganz genau, meine Mutter hatte dann und es war auch mein Geburtstag und sie hat extra für mich Lasagne gemacht. Und ich habe einfach nur gesagt, ich kann es nicht mehr essen.“ (IV)

Zehn Jahre später habe sie sich dann für eine vegane Lebensweise entschieden, nachdem sie das Buch „Anständig essen: ein Selbstversuch“ von der deutschen Schriftstellerin Karen Duve (vgl. Duve 2010) gelesen habe. Eigentlich habe sie sich das Buch gekauft, weil sie dachte:

„Naja, da werde ich bestimmt bestätigt, dass vegetarisch so voll gut ist. [...] Und mir war das auch wirklich nicht klar, muss ich ganz ehrlich sagen. Ich habe nicht gewusst, also ich dachte, vegetarisch ist perfekt. Weil Milch geben die ja eh die Kühe und Eier und so, das tut ja niemandem weh. Also da können die einfach weiterleben normal, dachte ich halt so. [...] Als ich dann erfahren habe, okay, die Kühe, die geben nicht einfach so Milch, sondern nur, wenn sie schwanger waren vorher und so [...] Und dass damit auch das ganze Leid verbunden ist. Und dann habe ich einfach gedacht, nein, ich bin ja für die Tiere Vegetarierin geworden und das war für mich einfach absurd, dann mit dem Wissen weiterzumachen. [...] Und ich habe natürlich erst schon so gedacht, ah Gott. Weil ich habe immer schon sehr viel auf Ernährung geachtet. Ich habe zum Beispiel auch diese ganzen Light Joghurts und so [gekauft], das war mein Leben. [...] Das war für mich dann richtig schlimm der Gedanke, dass das für mich wegfällt. Weil in vegan gab es sowas einfach nicht. Ja und mein Mann ist sofort mitgezogen, wir haben nur noch die Sachen, die wir da hatten eben gegessen. Irgendwie noch ein halbes Glas Nutella, drei Eier waren noch im Kühlschrank. Milch hatten wir schon eine Weile nicht mehr, weil ich irgendwo zufällig gelesen hatte, dass der Mensch die einzige Spezies ist, die dann noch Milch trinkt von einer anderen Spezies, nachdem sie aus dem Säuglingsalter raus ist.“ (IV)

2011 habe sie ihren Lebensstil auf vegan umgestellt, „in erster Linie eigentlich wegen der Tiere“. Ihr Mann habe damals „direkt mitgezogen“, auch ihre zwei Kinder leben hauptsächlich vegan. Gesundheitliche sowie ökologische Gründe seien erst später dazugekommen und hätten sie in ihrer Entscheidung vegan zu leben weiter bestärkt. Im Interview erzählt sie, dass sie es sich inzwischen nicht mehr vorstellen könne, Tierprodukte zu kaufen – von Nahrung bis Kleidung oder anderen Produkten. Theresa lehnt sämtliche Gebrauchsgegenstände und Konsumartikel ab, die ganz oder teilweise aus tierischen Rohstoffen hergestellt oder unter Inkaufnahme tierischen Leids produziert werden. In einem ihrer Instagram-Posts findet sich ein Bilduntertext, in dem sie diesen Entschluss noch einmal drastischer formuliert:

„Und ich weiß, es heißt: sag niemals nie. Ich sage es trotzdem: ich werde niemals, never ever, in keinem realistischen Szenario, wieder Tiere essen. Das mag extrem klingen. Aber wisst ihr was ich extremer finde: unnötiges Leid zu verursachen.“ (IV)

Mit ihrer radikalen Formulierung macht Theresa sich selbst und den Lesenden klar, dass „Tiere essen“ sich für sie zu einer Art Tabu entwickelt habe. Indem Theresa schreibt, dass „Tiere essen“ für sie „in keinem realistischen Szenario“ in ihrem zukünftigen Leben vorkommen werde, unterstreicht sie dieses Tabu für sich selbst und für andere Lesende – deutlich wird daran auch, dass sich für Theresa die hegemoniale und symbolische Ordnung tierischer Lebensmittel verschoben hat – der „Fleischkonsum als kulturelle Tatsache“ (Trummer 2015, 65) ist bei Theresa aufgebrochen. Möglicherweise ist mit ihrer Verschriftlichung auch die Hoffnung verknüpft, dass durch den Prozess des Aufschreibens ihr Zukunftsplan garantiert ist.

Indem Theresa die Formulierung „Tiere essen“ nutzt und nicht von ‚Fleisch essen‘ schreibt, verwendet sie bewusst den Begriff des Tieres, hebt hervor, dass Fleisch von Tieren stammt. Im Zusammenhang mit anderen Posts von Theresa wird eine Ähnlichkeit zu der Karnismus-Theorie der Psychologin Melanie Joy (vgl. Joy 2011) sichtbar. Nach Joy sei der *Karnismus* ein unsichtbares System aus Überzeugungen, das uns von Kindheit an darauf konditioniere, den Verzehr (bestimmter) Tiere als normal, natürlich und notwendig anzusehen. Dieses Geschmacksempfinden sei jeweils kulturell erlernt. Gestützt werde der Karnismus nach Joy unter anderem dadurch, dass die Entstehungsbedingungen tierischer Produkte in unserer Gesellschaft weitestgehend unsichtbar beziehungsweise dem öffentlichen Blick verschlossen seien. Mit ihren Instagram-Beiträgen versucht Theresa auf eben diese verborgenen Prozesse der Intensivtierhaltung aufmerksam zu machen und dadurch den „Sensibilisierungsprozess“ (Precht 2016, 302) anderer Menschen voranzutreiben. Indem sie von „Tiere essen“ spricht, widersetzt sie sich dem Ordnungssystem der Massentierhaltung. Das scheinbar vom Tier losgelöste Endprodukt (nach Joy

ein Ergebnis des Karnismus) wird somit sprachlich wieder mit seinem materiellen Ursprung verknüpft. Die von Tierschützer*innen und Tierrechtler*innen bekannte Strategie durch ‚Ekel-Kontexten‘ (vgl. Pörksen & Detel 2012, 205) und bewusste ‚Schockerzeugung‘ (vgl. Rudtke 2014, 260) die Unsichtbarkeit aufzuheben, vermeidet Theresa dahingegen bewusst. Im Interview gibt Theresa an, dass sie dahingegen auf die Verbreitung des Veganismus im Zuge des positiven Vorlebens setze.

Ein weiterer Aspekt des soeben zitierten Instagram-Eintrags ist die ‚Leidvermeidung‘. Theresa schließt damit an eines der grundlegenden ethischen Argumente für eine vegane Ernährungs- und Lebensweise an: Das Leiden, welches Tiere im Zuge ihrer Aufzucht, Haltung und Tötung erfahren, könne nicht gerechtfertigt werden; zumindest wenn man das moralische Prinzip verfolge, „dem zufolge es jedenfalls dann moralisch falsch ist, einem empfindungsfähigen Lebewesen Leiden zuzufügen, wenn es keine ausreichend starken Gründe dafür gibt“ (Ach 2018b, 347). Sowohl ihr Instagram-Profil als auch das Interview zeigen, dass dieses Argument, welches ursprünglich von Arthur Schopenhauer (vgl. Schopenhauer 1977) in den Tierethik-Diskurs eingebracht wurde, Theresa als zentrales Motiv für ihre vegane Lebensweise dient – mehrfach bezieht sie sich auf den Aspekt der Leidensfähigkeit. Beispielfhaft sei hier noch mal aus Theresas Instagram-Profil zitiert: Auf dem Foto ist Theresa zu sehen, wie sie nachdenklich an der Kamera vorbeiblickend einen Bürgersteig entlang spaziert. Der Schriftzug auf ihrem schwarzen T-Shirt nimmt bereits das Thema des Bilduntertextes vorweg. In großen Lettern ist darauf zu lesen: „CHOOSE LOVE. Go vegan“ Darunter hat Theresa folgenden Text veröffentlicht:

„So viele Grausamkeiten. An diesem Planeten. An Menschen. An Tieren. Als ich realisierte, dass für meine Bratwurst und Salami Tiere sterben müssen, stand für mich fest: ich werde Vegetarierin. Und als ich dann von dem Leid hinter Milch und Eiern erfuhr, wurde ich quasi über Nacht vegan. Oft werde ich belächelt, als naiv und „weich“ abgetan, wenn ich sage, dass ich für die Tiere vegan lebe. Dass ich es nicht übers Herz bringe dieses System zu unterstützen. Aber als ich vor über acht Jahren diesen Entschluss fasste, war das der Grund. Mein Mitgefühl für Tiere. Mein großes Herz.“ (IG)

5.2.4 Verarbeitung alltäglicher Konflikte

Ein wiederkehrendes Thema auf Theresas Profil sind ihre beiden Kinder. Auch wenn ihre Gesichter nie zu sehen sind, sind sie mit ihren Hinterköpfen und Händen auf Theresas Fotos sowie in ihren Storys präsent. Die hauptsächlich vegane Ernährung ihrer Kinder sowie die dadurch immer wieder in Theresas Alltag entstehenden Konflikte können hierbei als regelmäßiges

Erzählmotiv ausgemacht werden. Beiträge dieser Kategorie (und anderer) lassen den Schluss zu, dass sich eine „Konfliktbeziehung“ (Bonacker & Schmitt 2007, 122) zwischen Nicht-Veganer*innen und Theresa etabliert hat, aus der sich immer neue Anlässe zu Konflikten ergeben.

Therasas alltägliche Konflikte lassen sich anhand eines weiteren exemplarischen Instagram-Posts illustrieren: Mit einem ihrer zwei Kinder sitzt Theresa an einem Tisch, ein Stück Erdbeerkuchen steht vor ihnen, die beladene Gabel hält Theresa in ihrer rechten Hand. Ihren Blick richtet sie auf ihr Kind, von dem nur der lockige Hinterkopf zu erkennen ist. Theresa trägt ein schwarzes T-Shirt mit der roten Aufschrift: „EATING MEAT IS STRANGE“ – eine popkulturelle Anlehnung an die Netflix Serie *Stranger Things*, da der Schriftzug dem Schrifttyp der Serie stark ähnelt. Im Zusammenspiel mit ihren auf Instagram veröffentlichten Texten wird klar, dass Theresa in ihrem Alltag häufig genau das Gegenteil ihrer T-Shirt-Aufschrift erlebt: Als Veganerin, die auch ihre Kinder vegan ernährt, werde häufig sie selbst als Sonderling behandelt. Im Interview erklärt sie, dass sie sich manchmal vorkomme wie ein „Freak“, dass andere Personen denken würden, sie sei „total irre“. Mit ihrem T-Shirt nimmt sie eine Provokation bewusst in Kauf. In ihren Augen sind es die Fleischessenden, die kritisch beäugt gehören, die „strange“ sind. Auf Instagram verarbeitet sie diese Erfahrungen, setzt sich (gedanklich) zur Wehr.

Der in der analogen Welt kontinuierlich an Theresa herangetragene Vorwurf, dass eine vegane Kinderernährung ‚strange‘ sei, dass sie ihren Kindern die vegane Ernährungsweise aufzwingt und ihren Kindern damit Schaden zufügt, wiegt für Theresa schwer. Ihr Wunsch ist es, eine besonders gute Mutter zu sein, zumindest ergibt sich dieser Eindruck aus der Auswertung ihres gesamten Instagram-Profiles, da es in ihren Beiträgen häufig um gelungene Kindererziehung geht. Indem sie ihre eigenen Gedanken zu den wiederkehrenden Vorwürfen bezüglich der veganen Erziehung ihrer Kinder mittels ihrer Instagram-Texte strukturiert und einordnet, streicht sie ihr Selbstbild wieder glatt, rückt die vegane Ernährung ihrer Kinder in das für sie richtige Licht und entwirft mittels ihrer *sedativen Erzählung* (vgl. Lehmann 1980) ein positives Selbstbild (vgl. Steen 2018, 195).

Auch bildsprachlich wird diese Funktion des Geraderückens, der Verarbeitung alltäglicher Konflikte mit Nicht-Veganer*innen sichtbar, durch die Aufschrift „EATING MEAT IS STRANGE“, oder wenn Theresa beispielweise ein Selfie von sich veröffentlicht, auf dem sie die Augen verdreht – also performativ zur Schau stellt, dass sie den im Bilduntertext dargestellten Konflikt sowie die vorgebrachten Argumente von Nicht-Veganer*innen nervig und vor allem nicht überzeugend findet. Der Bilduntertext verdichtet den hier angebotenen Interpretationsansatz des ‚Selbstbild-Glattstreichens‘ noch einmal:

„Mein Blick, wenn mir jemand sagt, ich solle meinen Kindern gefälligst nicht meine Ernährungsweise aufzwingen oder auch: aus der Reihe ‚Die vorteilhaftesten Bilder‘ Wo fange ich nur an? Es ist einfach so absurd, dass Kinder in unserer Gesellschaft quasi zu allem gezwungen werden dürfen, nur nicht zu einer veganen Ernährung. [...] Bei der ganzen Diskussion um den Zwang einer Ernährungsform vergessen viele: Die wenigstens Menschen entscheiden sich BEWUSST für den Fleischkonsum, denn es ist ja der Normalzustand. Kindern Fleisch zu geben (sogar ohne sie darüber aufzuklären!!) ist streng genommen genauso ein Aufzwingen. ‚Ja, aber vegan ist für Kinder nicht gesund!‘, höre ich schon die ersten. Fakt ist: gesundes Essen interessiert keinen bei Kinderriegeln und Gummibärchen, doch sobald vegan im Spiel ist, legt plötzlich jeder darauf wert, dass die Kinder gesund essen sollen. Mir ist es übrigens sehr wichtig, dass meine Kinder selbst wählen können, was sie essen möchten. Aber genau deswegen muss ich sie aufklären, was hinter Fleisch, Milch und Eiern steckt, denn nur so können sie bewusst entscheiden. Und natürlich gebe ich ihnen dabei meine Werte mit auf den Weg! Und ja, bei uns zuhause gibt es nur vegan. Gewisse Dinge für Kinder zu entscheiden, hoffentlich zu ihrem Wohl, gehört nun mal dazu, bis sie selbst Entscheidungen treffen können. Da kommt dieses Kind aus Dir raus und du hast jetzt die Verantwortung dafür. Du bestimmst die Farbe seines Strampfers und wo es schläft, wie es wohnt und ja – anfangs eben auch, was es isst. Das kann man jetzt natürlich Zwang nennen. Aber dann wundert euch nicht, wenn ich so gucke.“ (IG)

Mit ihrem Text vertritt Theresa den Standpunkt, der Vorwurf, sie zwingt ihren Kindern die vegane Ernährung auf, sei aus mehreren Gründen unpassend. Theresa gebe, genau wie alle Eltern, ihren Kindern ihre „Werte mit auf den Weg“. Durch die Verallgemeinerung relativiert Theresa sowohl für sich selbst als auch für Lesende die Erziehung ihrer Kinder zu einer veganen Lebensweise. Auch das Zwangs-Argument verallgemeinert Theresa argumentativ. Andere Eltern zwingen ihren Kindern eine bestimmte Verhaltensweise ebenso auf: „Kindern Fleisch zu geben (sogar ohne sie darüber aufzuklären!!) ist streng genommen genauso ein Aufzwingen.“

Theresa argumentiert hier, dass sie genau wie andere Eltern für ihre Kinder Verantwortung übernehme, in dem sie konkrete Entscheidungen im Namen ihrer Kinder treffe. An das Argument der Verantwortung knüpft Theresa ihre aufklärerische Erziehungstechnik an. Die ihr entgegengebrachte Kritik verkehrt sie in ein Gegenargument: Kinder würden sich nämlich nie „BEWUSST“ für Fleischkonsum entscheiden, solange sie das für eine solche Entscheidung notwendige Wissen nicht vermittelt bekämen. Jene Eltern erklärten ihren Kindern schlichtweg nicht, „was hinter Fleisch, Milch und Eiern steckt“. Nicht vegan lebende Kinder seien mangels

entsprechender Hintergrundinformationen folglich indirekt zum Fleischessen gezwungen. Zudem dürften ihre Kinder „selbst wählen“, was sich beispielsweise bei nicht veganem Kuchen äußere, da hier für sie nicht direkt ersichtlich sei, ob Tierprodukte enthalten seien, wie Theresa in einem anderen Instagram-Beitrag erklärt. Die Umdeutung ihrer veganen Erziehungspraktik als besonders verantwortungsvoll dient Theresa im Zuge ihrer Selbsterzählung dazu, sich in ihrer Mutterrolle von anderen Eltern abzuheben. Anders als vorgeworfen, zwingt sie ihren Kindern die vegane Lebensweise demnach nicht auf, sondern befähigt sie erst zu eigenständigen Entscheidungen.

Bei den auf Instagram verarbeiteten Konflikten geht es keineswegs nur um die vegane Ernährung ihrer Kinder. Vielmehr schildert Theresa diverse Konflikte aus ihrem Alltag, meist mit nicht-vegan lebenden Personen. Beispielhaft sei hierfür auf den nachfolgenden Instagram-Beitrag verwiesen. Die Fotografie zeigt Theresa neben einigen wild wachsenden Sonnenblumen, sie streichelt eines der grünen Blätter. Darunter ist folgender Text zu lesen:

„Ich, wenn ich versuche herauszufinden, ob was dran ist an ‚Pflanzen haben doch auch Gefühle!‘ Interessant, wie selbst Leute, die sich sonst nicht im geringsten um irgendwas auf den Planeten scheren, plötzlich im Gespräch mit Veganern Pflanzenaktivisten werden. Ähnlich nervig: ‚Dann darfst du ja aber gar nicht mehr raus, sonst trittst du noch ausversehen Insekten tot!‘ Also wer ernsthaft ein unabsichtliches Zertreten eines Käfers mit dem System der Massentierhaltung vergleicht, mit dem lohnt eine Diskussion wohl kaum. Grad beim Thema Veganismus erlebe ich solche vermeintlichen Argumente, die alle nur eins wollen: von der wahren Problematik ablenken. Und wo sich Leute dann einfach freuen, mir vor den Latz zu knallen: ‚du machst ja auch nicht alles richtig. Ich hab DAS Argument gegen pflanzliche Ernährung gefunden.‘ Ich bin mir recht sicher: ich kenne sie alle bereits. Und wahrscheinlich 99% der Veganer auch. Welches Argument nervt euch am meisten? Ich bin mal gespannt ob eins dabei ist, das ich vielleicht doch noch nicht gehört habe. Man weiß ja nie [lachender Smiley]. #veganefamilie #vegan #vegandeutschland #plantbased #veganemama #veganisthefuture #argumentegegenvegan“ (IG)

In diesem Instagram-Beitrag erzählt Theresa von einem Konflikt zwischen ihr (bzw. „99% der Veganer“) und „Pflanzenaktivisten“, womit in Theresas Erzählung Personen gemeint sind, die nicht vegan leben und gegen den Veganismus das Argument „Pflanzen haben doch Gefühle“ vorbringen. Auch mit Argumenten des täglichen unbeabsichtigten Zertretens von Insekten wollten die Betroffenen nur „von der wahren Problematik“ ablenken. Durch die Ver-

wendung des Adjektivs „vermeintlich“ macht Theresa in ihrem Bilduntertext deutlich, dass die Gegenseite aus ihrer Sicht keine triftigen Argumente und nur Scheinargumente vorbringen könne. Die Argumente für eine vegane Lebensweise wiesen hingegen auf die „wahre Problematik“ hin, seien demnach triftige Argumente. Die vorgebrachten Scheinargumente „kenne sie alle bereits“, so wie „wahrscheinlich 99% der Veganer“. Damit bringt Theresa zum Ausdruck, dass sie, wie fast alle Veganer*innen, immer wieder die gleichen Gegenargumente zu hören bekomme. Außerdem sei sie ihren Kritiker*innen mit ihrer Argumentation so weit überlegen, dass sich eine Diskussion „wohl kaum“ lohnen würde – derartige Personen erscheinen Theresa nicht als geeignete Kommunikationspartner*innen. Hier schwingt zum einen mit, dass es aus Theresas Sicht kein „Argument gegen pflanzliche Ernährung“ gibt, die vegane Ernährung insofern durchweg die bessere Variante sei. Zum anderen sieht Theresa – das wird auch in der gesamten Auswertung ihres Profils klar – bei bestimmten Personen (nämlich jenen, die sich auf Argumente wie „Pflanzen haben auch Gefühle“ stützen) keine hohen Erfolgchancen hinsichtlich einer Änderung des alltäglichen Verhaltens.

In der Ablehnung mancher Personen als Gesprächspartner*innen schimmert Desillusionierung durch. Theresas Beschwerde, immer wieder die gleichen Argumente zu hören, deutet darauf hin, dass sie schon häufiger mit Überzeugungsversuchen gescheitert ist. Auch im geführten Interview zeigte sie dieses Gefühl der Desillusionierung und der Nutzlosigkeit von Diskussionen mit Nicht-Veganer*innen.

Mit der Formulierung „99% der Veganer“ macht Theresa deutlich, dass sie sich insbesondere in der Diskussion mit Nicht-Veganer*innen mit der Gruppe der Veganer*innen solidarisiert. Sprachlich werden Menschen, die vegan leben, hier von Theresa als eine homogene Einheit gefasst – an anderen Stellen zeigt sich eine differenziertere Sicht. Wenn sie beispielsweise schreibt, dass es unter Veganer*innen „vegane Rassisten und vegane Arschlöcher“ gebe, versagt sie einem Teil der Gruppe der Veganer*innen die Solidarisierung. Doch im Moment der Diskussion um die Hoheit einer veganen Lebensweise, ob in moralischer oder ökologischer Hinsicht, tritt diese Differenzierung in den Hintergrund. Auch mit ihrer abschließenden Fragestellung verweist Theresa sprachlich auf eine mehr oder weniger homogene Gemeinschaft der Veganer*innen hin, da sie hier impliziert, dass alle Veganer*innen Erfahrungen mit *nervigen* Diskussionen hätten. Im Moment der Diskussion mit Nicht-Veganer*innen machten alle Veganer*innen immer wieder ähnliche Erfahrungen – und sind in Theresas Augen dadurch geeint.

5.2.5 Konflikte auf Instagram

Laut Therasas Interviewerzählung gebe es nur sehr wenige negative Rückmeldungen auf Instagram, dennoch findet sich die Bewältigung ihrer Frustration darüber in einigen wenigen Posts wieder. In dem hier abgedruckten Beispiel scheint es um eine ihr unbekannte Person zu gehen, die wie ein Internet-Troll handele. Obwohl es sich aus Therasas Sicht speziell um eine Person dreht, richtet sie ihren Text nicht direkt an dieses Individuum, sondern formuliert ihren Text allgemeiner.

„Ich habe echt keine Lust mehr. Das wars, ich geb auf. [...] ich habe keinen Nerv mehr auf die Kommentare einer Person hier. Das, was man Troll nennt. Unter jedem Foto bekomme ich Beleidigungen hingeknallt und Vorwürfe. Über vieles kann ich schmunzeln. [...] Aber gestern wurde eine Grenze überschritten. Unter dem Geburtstagspost von Jan dulde ich keine gehässigen Worte – wie kann man so ein armseliges Wesen sein? [...] Ja die Kommentare nerven abartig, aber deswegen höre ich hier bestimmt nicht auf. Im Gegenteil. Ich werde die Story weiterhin sprengen mit meinem Gejammer. Und weiterhin unser immer gleiches Essen posten. Nur morgen nicht. Da streike ich. Aber nicht wegen eines Trolls, sondern wegen unserem wunderbaren Planeten. #fridaysforfuture #parentsforfuture #trollsofinstagram“ (IG)

Um die eigene Wehrlosigkeit zu bewältigen und die eigene Position zu stärken, erhebt sich Theresa mit Ironie über ihre*n virtuelle*n ‚Gegner*in‘ (implizit womöglich über die Gesamtheit ihrer Kritiker*innen). Mit ihrer Ankündigung, ihr Profil weiter zu betreiben, auch zukünftig „immer gleiches Essen“ zu fotografieren und hochzuladen, stellt sie klar, auch weiterhin vegan zu leben – mit der Ich-Formulierung signalisiert sie Handlungsmacht, signalisiert Widerstand und Entschlossenheit, sich nicht mit dem Gegebenen abzufinden.

5.2.6 Kämpfen als Schwächere und für die Schwächeren

In Therasas Selbstinszenierung spielen gesellschaftliche Machtverhältnisse eine entscheidende Rolle. Veganer*innen gehören ebenso zu den Schwächeren wie die schützenswerten Tiere, auf die sich ihr Veganismus moralisch ausrichtet. Auf der anderen Seite stehen für sie die von den systemischen Wirkweisen des Karnismus gestärkten Nicht-Veganer*innen, die im Einklang mit der bestehenden Ordnung handeln, sowie jene Gruppen, die ökonomisch von der Massentierhaltung und dem Handel mit ihren Produkten profitieren. Therasas Selbstdarstellung entspricht dabei letztlich dem klassischen Topos der biblischen Erzählung vom jüdischen Hirtenjungen David, der durch List und Geschick gegen den in allen Belangen überlegenen, ‚riesigen‘

philistäischen Kämpfer Goliath besteht. Mit dieser Selbstdarstellung sorgt sie für eine starke narrative Anschlussfähigkeit, hat die Geschichte als Handlungsschema doch „Eingang in Volksmärchen, literarische Stoffe wie den Bildungsroman, Filmskripts und alltägliche (Selbst-)Erzählungen gefunden.“ (Meyer 2017, 149)

Neben der moralischen Überlegenheit und dem Glauben an die gute Sache führt – folgt man der Erzählung – den*die Schwächere*n ihr Glaube an sich selbst, ihre Entschlossenheit sowie ihr Durchhaltevermögen ans Ziel. Da dieses Motiv kulturell so fest verankert ist, lässt es sich mühelos auf die eigene Biografie übertragen (vgl. Meyer 2020, 342). So greift auch Theresa dieses Erzählmuster des *Underdog* für ihr Profil auf: Mit Zielstrebigkeit, Durchhaltevermögen, ihrem Glauben an sich selbst und ihrer selbstempfundenen moralischen Überlegenheit, kämpft Theresa als *kleine* Konsumentin „gegen das System der Massentierhaltung“, gegen bestehende gesellschaftliche Produktions- und Konsummuster. Der indirekte Verweis auf die herrschenden Machtunterschiede zwischen Produzent*innen sowie Konsument*innen rahmen Theresas Erzählmuster des Kampfes. Theresas Kontrahent*innen sind: „das System“ oder „das System der Massentierhaltung“ sowie Veganismus-Kritiker*innen. Aus ihrer Selbsterzählung geht Theresa als Kämpferin für eine tierleidfreie Welt, als Kämpferin für die Umkehrung der herrschenden Kräfteverhältnisse hervor. Siegerin ist sie in ihrer Erzählung schon jetzt, zumindest in moralischer Hinsicht als Repräsentantin höherer Werte.

Denkt man an Georg Simmels Aufsatz *Der Streit* (vgl. Simmel 1908), lässt sich sein Begriff vom Kampf als persönlichste Form des Konflikts (vgl. Schmitt 2012, 82) auch auf Theresas Instagram-Posts beziehen. Ihre Beiträge lesen sich sowohl persönlich als auch emotional, vor allem aber verwendet Theresa selbst die Metapher des Kampfes in unterschiedlichen Texten:

„Wir haben keine Lobby. Wir kämpfen nicht mal für eigene Interessen. Wir sind keine naiven Romantiker. Wir sind keine Hipster die einem Trend hinterherlaufen. Wir sprechen für die, die nicht gehört werden. Und zeigen auf, was unrecht ist.“ (IG)

Bildsprachlich äußert sich Theresas Kampf in Form von Selfies, auf denen sie sich mit zorniger Mimik oder mit Statements wie „fight against animal exploitation“ auf ihrer Kleidung zeigt. Ihr Kampf gilt „dem System der Massentierhaltung“ sowie den „ignoranten“ Konsument*innen. Indirekt verweist sie mit der Verwendung der Kampf-Metapher auf einen gewünschten Sieg. Zwar finden sich Ausdrücke wie ‚Sieg‘ nicht explizit auf ihrem Profil, doch die Metapher des Kampfes impliziert einen für die Zukunft ersehnten Sieg – also mindestens ein Ende der Massentierhaltung.

Mittels der Metaphorik des Kampfes umrahmt Theresa ihr Selbstverständnis als leidenschaftliche, kritische sowie verantwortungsbewusste Konsumentin mit Entschlossenheit und einer gewissen Radikalität. In ihren Selbsterzählungen spiegelt sich ein aus der Geschichte alternativer Lebensentwürfe hervorgegangenes Narrativ des leidenschaftlichen Eintretens „für das unzweifelhaft Richtige“ (Klotter 2016, 11). Mittels emotionaler Erzählungen kämpft Theresa gegen Tierleid, gegen Veganismus-Kritiker*innen, gegen Menschen, die „bewusst die Augen verschließen“ oder schlichtweg „zu faul“ seien, um an ihrem eigenen Verhalten etwas zu ändern.

„Für etwas zu kämpfen, was aktuell nicht die Normalität ist; oder gegen etwas, das aktuell legal ist, weil man es für moralisch falsch hält, ist nun mal nervig. [...] Aber bloß nichts sagen, damit keiner sich unwohl fühlt? [...] Sorry, da bin ich raus.“ (IG)

Mit dieser Formulierung verbalisiert Theresa auf Instagram ihre Hoffnung, dass die Gerechtigkeit am Ende den Sieg über das aus Theresas Sicht moralisch falsche Verhalten gegenüber Tieren herbeiführen könne.

Weiterhin verleiht Theresa in ihren Texten ihrer Erfahrung Ausdruck, dass „in der Gesellschaft“ nur die*der als gute*r Veganer*in gelte, wer die vegane Lebensweise „still und heimlich“ praktiziere. Problematisierungsversuche hinsichtlich der allgemeinen strukturellen Dimension, die sich mit dem Verzehr tierischer Produkte aus Sicht des Veganismus verknüpft, erscheinen in Theresas Erzählung als Normverletzung. Gängige Regel sei, dass man eine Tierprodukte inkludierende Ernährungsweise nicht kritisieren dürfe. Doch Theresa lässt sich von diesen gesellschaftlichen Erwartungen, laut ihrer Selbsterzählung, nicht davon abhalten, für den Veganismus zu ‚kämpfen‘ und andere Menschen auf die Problematik des „Systems der Massentierhaltung“ hinzuweisen.

„Veganer nerven! Ich weiß. [...] Und ich bin auch absolut kein Freund davon, Menschen zu verurteilen oder sie Mörder zu nennen, weil sie Fleisch essen, denn schließlich gibt es so viel mehr Charakterzüge als vegan oder nicht vegan und es gibt vegane Rassisten und vegane Arschlöcher, aber darum soll es jetzt nicht gehen. Es geht darum, dass man in der Gesellschaft als ‚guter Veganer‘ gilt, wenn man nicht darüber spricht und quasi nur still und heimlich vegan lebt. Das Problem ist, dass es beim Veganismus nicht um geschmackliche Vorlieben geht, das Missverstehen viele. Es geht um eine Weltanschauung, in der Tiere das Recht auf unversehrtes Leben haben. [...] Dieses ganze ‚soll jeder tun wie er möchte‘ funktioniert hier leider nicht denn: Die Opfer dieses Systems können nicht für sich selbst sprechen. Und darum nerve ich manchmal. Nicht um jemanden

anzugreifen oder zu verärgern. Sondern um zu informieren und zu zeigen: es geht auch anders. [...]“ (IG)

Hier wirkt die moralische Betroffenheit gewissermaßen als rechtfertigender Imperativ: Ihr „Nerven“, vor allem im analogen Raum, sei durch das höhere Ziel ihres Kampfes für das Tierwohl legitimiert – oder sogar eine Notwendigkeit, denn die Opfer dieses Systems könnten nicht für sich selbst sprechen. Tiere werden damit „Teil der Diskussion um Wertorientierungen und Ordnungen unserer Gesellschaft“ (Fenske 2010, 73). Da die Tiere nur bedingt Widerstand leisten können, auch keine juristische Instanz die Verteidigung der Tierrechte übernimmt, sieht sich Theresa selbst in der Verantwortung, für ‚gerechtere‘ Verhältnisse zu kämpfen. Dadurch konnotiert Theresa ihren Kampf positiv, inszeniert sich selbst als eine handlungsmächtige, selbstbestimmte Person, die sich bewusst ‚dem System‘ widersetzt und sogar zur Aufklärung beiträgt, nicht zuletzt mittels ihres Instagram-Profiles.

Vor allem der Aspekt des Kampfes für die Schwächeren, also jene Tiere, die Opfer ungerechtfertigter Gewalt werden, ist bei Theresa ein leitendes Narrativ. Immer wieder ist auf ihrem Profil zu lesen, dass Tiere *ungerecht* behandelt werden. Durch die Verwendung des Begriffs ‚Opfer‘ markiert Theresa die Unschuld der Tiere, für deren Leid die nicht-vegane Menschen verantwortlich zu machen seien. Die Opfersemantik impliziert außerdem, dass der Umgang mit Tieren falsch und, schlimmer noch, ein vermeidbarer Fehler sei (vgl. Götz 2021). Kontrastiv wird mit der Schuldlosigkeit der Tiere gleichsam die Sündhaftigkeit der Gewalt gegen sie hervorgehoben. Die Bosheit des Nicht-vegan-Lebenden bestehe folglich darin, dass er*sie die Schwächeren, die Tiere, trotz triftiger Argumente ausbeute. In Theresas Erzählung sind daher wir Menschen schuldig, insbesondere jene, die nichts gegen „das System Massentierhaltung“ unternehmen. Unterstützung finden jene unschuldigen Wesen durch Theresa und durch alle Veganer*innen. Theresas Selbstwahrnehmung als Kämpferin für das Gute, als Helferin, wird hier erneut deutlich. Zwar sind in Theresas Augen Tiere hilflos, jedoch haben sie in ihrer Gesamtheit insofern eine Agency (vgl. Fenske 2020), da sie Veganer*innen wie Theresa dazu bewegen, sich für die Bedürfnisse und Rechte von Tieren einzusetzen.

Unter Einbezug der Hilfsbedürftigkeit der Tiere rahmt Theresa ihren Veganismus und ihre Aufklärungsversuche zudem als selbstlos – sie helfe nicht, weil sie auf eine Belohnung hoffe oder „beklatscht“ werden wolle, sondern wegen ihrer Liebe zu Tieren. Bildsprachlich wird diese Liebe beispielsweise mittels eines Fotos fixiert, auf dem Theresa ein rosafarbenes Sparschwein küsst, symbolisch für ein echtes Schwein, möglicherweise symbolisch für Nutztiere im Allgemeinen. Durch die Geste des Kusses stellt Theresa Nähe und Zuneigung zu Schweinen fotografisch dar, das thematisierte (Mit-)Leid wird ergänzend zum Text bildlich kontrastiert.

Hinsichtlich Theresas selbstloser Hilfe ist hier noch anzumerken, dass die Bewertungsfunktionen Instagrams das Prinzip der Belohnung evozieren. Auch wenn Theresa im Interview erklärt, sich keine Belohnungen oder Ähnliches zu wünschen – der Nexus ‚gut handeln und dafür belohnt werden‘ stellt sich unweigerlich ein und lässt sich auf Instagram obendrein in Zahlen von Likes und Kommentaren quantitativ ablesen.

5.2.7 Instagram als Hinterbühne und Korrektiv

In der Theoriesprache des Soziologen Erving Goffmans (vgl. Goffman 2014) kämpft Theresa auf unterschiedlichen Bühnen. Außerhalb von Instagram, im analogen Leben, findet ihr Kampf auf der *Vorderbühne* statt. Dahingegen wäre Instagram nach Theresas Schilderungen und mit Blick auf ihre Nutzungspraktiken eher als eine Art *Hinterbühne* (vgl. ebd., 23–31), also ein geschützter Raum zu verstehen, innerhalb dessen sie sich verstanden und geschützt fühlt. Auf der Hinterbühne Instagram verarbeitet sie ihren täglichen Kampf für eine vegane Welt, bereitet sich für den nächsten Konflikt auf der Vorderbühne vor, erprobt ihre Argumentationsweise, lebt ihre Gefühle aus. Im ‚Proberaum‘, in dem sie hauptsächlich Rückhalt und Zuspruch findet, sammelt sie Argumente; ob durch die Strukturierung ihrer eigenen Gedanken oder durch die Inkludierung neuer Argumente, die sie innerhalb ihrer *veganen Bubble* auf Instagram sammelt.

Die Hinterbühne Instagram dient Theresa somit auch als eine Art kalkulierbares Korrektiv, da Theresa weiß, dass sie unter ihren Follower*innen deutlich mehr Zustimmung als Ablehnung erfahren wird, da sie sich auf Instagram nach ihrer eigenen Aussage in einer Blase von Gleichgesinnten bewege. Theresa nutzt hier folglich bewusst die Chance, virtuell zumindest teilweise kontrollieren zu können, wer ihr Selbstbild mitformt (vgl. Floridi 2015, 92). Als Korrektiv bzw. *Sedativ* (vgl. Lehmann 1980) wirkt ihr Profil, da sie ihr durch Kritik erschüttertes Selbst mittels der fast ausschließlich unterstützenden Rückmeldungen in eine positive Richtung korrigieren und ihr „seelische[s] Gleichgewicht wiedererlangen“ (ebd., 57) kann.

Die Möglichkeit „des raschen Publikumwechsels für die blitzschnelle Transformation der Hinterbühne in eine grell ausgeleuchtete Vorderbühne“ (vgl. Pörksen & Detel 2012, 61) scheint für Theresa kein problematisches Szenario darzustellen. Die konsequente Vermeidung einer fotografischen Abbildung der Gesichter ihrer Kinder sowie die Verwendung von Kosenamen deutet allerdings darauf hin, dass sie sich der Möglichkeit eines solchen Publikumwechsels durchaus bewusst ist, diesen jedoch für bestimmte Bereiche, wie ihre Gedanken über eine vegane Lebensweise, willentlich in Kauf nimmt. Im Alltag scheint Instagram für Theresa nämlich ein hilfreiches Korrektiv zu sein. Im Interview erklärt Theresa, dass sie sich prinzipiell bei allen ihren Handlungen immer überlegen würde, ob sie diese auf Instagram posten könne oder nicht,

ob sie zu ihrem veganen und nachhaltigen Selbst passen. Die auf Instagram immer mögliche Bewertung inkorporiert Theresa bewusst in ihre Handlungsplanung, um das von ihr entworfene (Selbst-)Bild so stringent wie möglich weiterzuführen.

5.2.8 (Fehlende) Anerkennung

In ihrem analogen Alltag scheint sich Theresa häufiger angegriffen und missverstanden zu fühlen oder urteilt selbst auf Instagram abschätzig über den ihr unverständlichen Konsum von Tierprodukten. Wie bereits thematisiert, schildert Theresa wiederkehrend alltägliche Konflikte mit nicht vegan-lebenden Menschen. Geht man davon aus, „dass sich Menschen von der Konstitution ihres narrativen Selbst situativ gesellschaftliche Anerkennung erhoffen“ (Meyer 2020, 323), versteht man, wie belastend sich die wiederkehrende Kritik an ihrer Lebensweise für Theresa anfühlen mag. Als bekennende Veganerin bleibt ihre „Hoffnung auf soziale Inklusion“ (Meyer 2020, 323) in ihrem analogen Alltag häufig unerfüllt, so lassen sich zumindest ihre Einträge auf Instagram interpretieren.

Um Gefühle der Ausgrenzung zu kompensieren, suchen Menschen – diese Erkenntnis stammt nicht zuletzt aus der Psychologie – nach neuen Quellen der Wertschätzung und Anerkennung (vgl. Frindte & Frindte 2020, 198). Für Theresa ist solch eine Quelle Instagram. Umgeben von Gleichgesinnten und eher selten geäußerter Kritik, fühlt sich Theresa auf Instagram verstanden. Im Interview erklärt sie die nur rare Kritik damit, dass ihre Follower*innen „ja bestimmt, mindestens zu fünfzig Prozent selbst vegan“ leben. Etwas zugespitzt formuliert: In ihrer „kleinen Instagram-Blase“ fühlt Theresa sich als vegane Mutter verstanden und ihre alltäglichen Bemühungen um ein veganes und nachhaltiges Leben scheinen von ihren Follower*innen mit Anerkennung und Wertschätzung belohnt zu werden – im Form von Likes, positiven Kommentaren und privaten Nachrichten, die sie täglich über Instagram per Smartphone überall und jederzeit erreichen.

Unterfüttert werden kann die Deutung ihres Tuns als Suche nach sozialer Inklusion sowie sozialer Anerkennung auch damit, dass Theresa über die Jahre ihren Freundeskreis erneuerte. Inzwischen hat sie sich einen veganen Freundeskreis aufgebaut – auch über Instagram habe sie vegane „Seelenverwandte“ gefunden, schon für ihre Anmeldung auf der Plattform sei dies ein zentrales Motiv gewesen, erklärt Theresa im Interview. Inzwischen habe sie „einen ganz soliden veganen Freundeskreis“. Durch die Umstrukturierung ihres sozialen Umfelds scheint Theresa zumindest in diesem sozialen Kontext sowie auf Instagram Anerkennung, wenn nicht sogar Bewunderung, für ihre vegane Lebensweise zu erhalten. In der Begegnung mit Unbekannten ist das offenbar seltener der Fall, weshalb sie die Erfahrung mangelnder Anerkennung bzw.

Resonanz (vgl. Rosa 2016) an unterschiedlichen Stellen ihres Profils mit ihren Follower*innen teilt. Obwohl aus Therasas Sicht ihre vegane Lebensweise mit anderen resonieren müsse, bleibt die Resonanzerfahrung im analogen Raum häufig aus – die von Theresa thematisierten Probleme im Umgang mit der Tierwelt berühren ihre Gesprächspartner*innen nur bedingt und würden nur selten zu einem Umdenken führen.

Verwoben mit dem Gefühl eines Mangels an Anerkennung und Resonanz seitens nicht-vegan lebenden Personen zeigt sich ein weiteres Gefühl: das Gefühl, dass Nicht-Veganer*innen häufig Spaß darin fänden, Theresa verbal anzugreifen. Sie freuten sich, Theresa „vor den Latz zu knallen: ‚du machst ja auch nicht alles richtig‘“.

„Irgendwie ist es egal, was du tust. Es wird immer Kritik und Gemecker kommen. Es ist Fakt: lebst du zu 99% fehlerfrei (wie auch immer das aussieht), es wird Dir ständig dieses 1% vorgeworfen. Vegan ist doof, da Sachen in Plastik verpackt sind. Wenn ich erzähle, dass ich versuche Plastik zu vermeiden, bekomme ich gesagt Glas ist auch nicht unbedingt besser. Wechsele ich zu einer nachhaltigen Bank, heißt es, alle Banken sind kacke. Fliege ich nicht, findet sicher jemand einen Fehler bei der Deutschen Bahn. Und so weiter. Und ja – natürlich stimmt das oft. Und ich bin teilweise sogar dankbar für solche Nachrichten, solange sie konstruktiv sind und mir machbare Alternativen zeigen. Aber manchmal ist es mir zu viel. Ich habe das Gefühl, es wird erwartet, dass ich irgendwo im Wald autark lebe, mein Gemüse selbst anbaue und Tauschhandel betreibe. Ich bin nicht perfekt. Und ich kann einfach nicht alle Baustellen auf einmal angehen. [...] Mir geht es nicht darum ständig beklatscht zu werden wie viel ich tue, und ich bin immer bereit zu lernen. Nur gibt es einen Unterschied zwischen konstruktiver Kritik und überall das Haar in der Suppe suchen. Den scheinen aber einige nicht zu kennen.“ (IG)

Theresa spricht in diesem Bilduntertext über ihre Kritiker*innen. Ein Gefühl der Frustration lässt sich herauslesen. Theresa moniert, dass man ihren Bemühungen um eine vegane nachhaltige Lebensweise nicht die gewünschte Wertschätzung zolle, vielmehr sei das Gegenteil der Fall: Man verlange von ihr gänzlich fehlerfreies Handeln, doch sie könne „einfach nicht alle Baustellen auf einmal angehen.“ Selbst wenn sie nahezu fehlerfrei wäre, so ihre Vermutung, würden ihr immer noch die übriggebliebenen Schwachstellen vorgeworfen, das sei „Fakt“. Wiederholt basiert die Verteidigung ihrer Selbst auf Gegenkritik: Ihre Kritiker*innen seien kleinlich, suchten „überall das Haar in der Suppe“; egal wie sehr Theresa sich anstrenge, werde nur das Fehlerhafte gesehen, ihre Bemühungen angezweifelt. Speziell an ihre Kritiker*innen auf Instagram richtet sie folgende Zeilen:

„Ich finde gut, wenn ihr mich auf Sachen aufmerksam macht, die ich verbessern kann. [...] Nur bekomme ich in der Regel zu jedem Thema das ich hier [auf Instagram] ansprechend mindestens fünf verschiedene Meinungen, und jeder ist der Überzeugung der größte Experte dafür zu sein. Dazu kommt der Ton, der wie so oft die Musik macht. Und noch etwas: wenn ihr euch doch so gut auskennt mit diesen Themen, dann informiert doch Menschen! Schreibt nicht mir eine patzige DM sondern startet euren Account und verbreitet euer Wissen!“ (IG)

Mit der Aufforderung, das Wissen an eine breite Öffentlichkeit zu bringen, knüpft Theresa an ein weiteres wiederkehrendes Argument innerhalb ihrer Instagram-Beiträge an, eine vegane Lebensweise allein reiche nicht – das Wissen darum, weshalb eine vegane Lebensweise sinnvoll sei oder wie nachhaltig gelebt werden könne, müsse weitergegeben werden, damit sich der Veganismus weiterverbreite. Damit erzeugt Theresa nicht zuletzt die Sinnhaftigkeit ihres eigenen Instagram-Profiles und ihr Selbstbild als eine Person, die aktiv für Veränderungen kämpft. Die fehlende Anerkennung spiegelt sie auf jene zurück, die sie kritisieren; sie macht ihren Kritiker*innen deutlich, dass im Gegenzug auch keine Anerkennung von ihr zu erwarten ist.

5.2.9 Wut und Unverständnis

„[...] Als Veganerin fühle ich mich nicht selten, als hätte ich eine riesige Verschwörungstheorie aufgedeckt, von der niemand um mich herum etwas wissen möchte. Nur dass es keine Theorie ist, sondern wissenschaftlich belegt: es ist möglich, ohne tierische Produkte zu leben. Mehr noch: die aktuelle Standardernährung macht uns krank, und zerstört nicht nur Tierleben, sondern auch diesen Planeten. Wieso halten wir uns immer noch daran fest? Wieso klammern wir uns verzweifelt an Traditionen und Gewohnheiten, die uns und unseren Lebensraum kaputt machen, während wir doch sonst jeden Fortschritt begeistert annehmen? Wieso verstricken wir uns in Ausreden, und suchen händeringend Argumente gegen eine solch friedliche Lebensweise? Vitamin B12. Steinzeitmenschen. Einsame Inseln. Reißzähne. Soja. Löwen. [...]“ (IG)

In unterschiedlichen Instagram-Posts artikuliert Theresa Unverständnis und Ärger Personen gegenüber, die „bewusst die Augen verschließen“ und das unnötige Leid der Tiere nicht sehen wollten. Ein veganes Leben sei „wissenschaftlich belegt“ möglich, alles andere seien „Ausreden“ – damit missbilligt Theresa jenes Verhalten, dass in ihren Augen unmoralisch und unverantwortlich ist. Denjenigen, die den Anforderungen der *Veganismus-Moralität* nicht entsprechen, begegnet sie mit Ablehnung.

Auf einer weiteren Fotografie stehen ihr sichtbar die Tränen in den Augen, ihr Gesicht ist gerötet. Traurig blickt sie in die Kamera. Unter ihrem Selfie findet sich folgender Text:

„[...] Schon heute zahlen andere für unseren Überfluss, und es ist nur eine Frage der Zeit, bis auch wir hier bezahlen. Und ich will wirklich nicht belehren, schließlich bin ich selbst bei weitem nicht perfekt, aber wenn ich einmal im Monat durch den Discounter gehe oder in der Vorweihnachtszeit durch die Innenstadt, dann weiß ich nicht ob ich schreien soll oder weglaufen. Manchmal ist es Unwissenheit. Dagegen hilft wohl womöglich freundliche Aufklärung. Aber was hilft gegen Ignoranz? Und was zur Hölle hilft gegen puren Egoismus und absolute Empathielosigkeit? Wie weckt man die auf, die nicht schlafen, sondern die bewusst die Augen verschließen? Und die, denen egal ist, was anderen passiert – Hauptsache sie selbst schlafen gut? Ich kann mit vielem umgehen. Mit kontroversen Diskussionen. Mit Argumenten für oder gegen bestimmte Maßnahmen. Mit verschiedenen Ansätzen. Mit ‚also das lasse ich mir nicht auch noch verbieten‘ und ‚darauf erstmal ein Steak‘ leider nicht.“ (IG)

In diesem Beitrag manifestiert sich ein Gefühl der Ratlosigkeit und Hilflosigkeit, das Theresa empfindet, wenn sie auf Mitmenschen trifft, die „bewusst die Augen verschließen“, die sie als empathielos oder ignorant beschreibt. Theresas Deutung verweist auf eine Veränderungsträgheit hinsichtlich des menschlichen Ernährungsverhaltens, welches sich bisweilen „aufgrund seiner starken Verankerungen in kulturhistorischen Kontexten und aggressiven Medienbildern – trotz Mode und Trends – als äußerst stabil“ (Trummer 2015, 76) gestaltet. Aus Theresas Sicht, anders als beispielsweise bei Robert, führe entsprechendes Wissen über die Industrie der Massentierhaltung häufig nicht zu einem anderen Konsumverhalten.

Die fehlende Bereitschaft von Menschen zu einem Dialog und zur Änderung ihres Konsumverhaltens lässt Theresa hilflos zurück – erneut dient ihr Instagram zur Verarbeitung dieser Erfahrung. Für Theresas Selbstverständnis ist es zentral, ihr eigenes Konsumverhalten immer wieder kritisch zu reflektieren und im Sinne einer Verbesserung zu optimieren. Da sie diesen Anspruch auf alle Menschen überträgt, könne sie nicht damit umgehen, wenn Menschen nicht bereit seien, ihr alltägliches Verhalten zu hinterfragen und zu ändern – dies stützt die oben bereits angebotene Deutung, dass Theresa Verhalten missbilligt, welches aus ihrer Sicht als unmoralisch und unverantwortlich einzustufen ist.

Weiterhin erklärt Theresa auf Instagram, dass sie nicht immer bereit für einen Dialog sei, auf manche Diskussion habe sie „einfach keine Lust“. Bringe ihr Gegenüber beispielsweise das

Argument an, dass er*sie nur Fleisch „vom Metzger des Vertrauens“ Essen würde, sei das in der Regel nur „eine leere Floskel“, für die von ihr meist Lob erwartet werde:

„[...] wenn ich merke, dass das nur eine leere Floskel ist, dann muss ich ab und an mit den Augen rollen. Zumindest innerlich. [...] Denn es ist tatsächlich so, dass einem 90% im Gespräch sofort versichern, nur ganz wenig Fleisch zu essen, und nur vom Metzger des Vertrauens, wo man ganz sicher sein kann, dass es den Tieren gut ging. Und ich gebe zu, ich bin auch manchmal genervt davon. Nicht, weil ich diese Menschen verurteile, sondern weil ich manchmal einfach keine Lust habe mir Rechtfertigungen anzuhören und weil oft erwartet wird, dass ich dann irgendwie Lob dafür ausspreche. Und weil ich mich frage, wie es sein kann, dass so viele so gut wie kein Fleisch essen und natürlich nicht aus Massentierhaltung, aber trotzdem fast das ganze Fleisch daher kommt.“ (IG)

5.2.10 Veganismus als moralischer Kompass

Sprachlich nutzt Theresa regelmäßig das „semantische Kapital“ (Luhmann 2016, 183) der Moral, nutzt dieses, um ihre eigene Entscheidung für eine vegane Lebensweise zu rechtfertigen und als wertvoll zu charakterisieren.

„Die wenigsten Menschen können ertragen, ein Tier leiden zu sehen, oder würden es übers Herz bringen, ihm selbst Leid zuzufügen. Dennoch leben wir in einem System, das darauf fußt, Tiere auszunutzen und zu töten. Für Nahrung, Kleidung und Unterhaltung. Und fast alle tragen dazu bei. Zahlen dafür. Und auch viele, die behaupten Tiere zu lieben, haben eines auf ihrem Teller liegen. [...] Ich habe vor über acht Jahren eingesehen, dass Geschmack und Bequemlichkeit nicht meinen moralischen Kompass beeinflussen dürfen. Damals fühlte ich mich allein auf weiter Flur, unverstanden, ich wurde belächelt und bemitleidet. Ich habe die Entscheidung keinen einzigen Tag bereut. [...]“ (IG)

In unterschiedlichen Bilduntertexten betont Theresa, dass sie täglich und in vielen Bereichen mittels ihres ‚moralischen Kompasses‘ bewusste Konsumententscheidungen trifft, stets mit dem Ziel, ein tierfreundliches und nachhaltiges Leben zu führen. Die primäre Funktion Instagrams, Bildbeiträge zu veröffentlichen, nutzt Theresa, um ihre moralischen Konsumpraktiken fotografisch zu dokumentieren und unter Beweis zu stellen. So zeigt sich Theresa innerhalb ihres Profils beim Einkaufen auf dem Wochenmarkt mit Stofftüte, beim Abfüllen unverpackter Waren im Unverpackt-Einkaufsladen, beim Einsortieren ihrer erworbenen Einkäufe aus dem Bio-

supermarkt oder beim Kochen mit saisonalen Gemüsesorten. Bildsprachlich setzt sich Theresa mittels ihrer ‚wertvollen‘ Konsumprodukte als eine ‚wertbewusste‘ Person in Szene (vgl. Ullrich 2017). Damit erhält Theresas Instagram-Profil zugleich eine Dokumentations- und Beweisfunktion (vgl. Schüle 2015, 94; Holfelder 2020). Indem Theresa nicht nur verbal beteuert, sondern auch bildlich zeigt, dass zahlreiche ihrer Konsumententscheidungen sorgfältig getroffen seien, stellt sie ihre Kompetenz zu moralischen Konsumententscheidungen täglich unter Beweis. Weiterhin wirkt Theresas vegane Konsumpraktik dadurch doppelt performativ (vgl. Bürkert 2020, 355) – einmal auf der Vorderbühne (auf dem Wochenmarkt selbst), einmal auf der Hinterbühne (auf Instagram). Mit beidem drückt sie ihre vegane Lebensweise mittels der symbolisch aufgeladenen Konsumgüter, wie in diesem Fall einer mit Gemüse beladenen Stofftüte, performativ aus.

Durch erhöhten Aufwand erfährt ihre vegane Lebensweise eine weitere Steigerung des moralischen Grades – denn je „strikt und umfassender die Regeln sind, je aufwendiger ihre Befolgung ist, desto höher kann der Grad der moralischen Optimierung veranschlagt werden.“ (Wilberg 2016, 227–228) Gerade die Darstellung des im Vergleich zu einer nicht-veganen Lebensweise anfallenden Mehraufwands erhöht im Sinne ihres Sendungsbewusstseins die Relevanz ihrer moralisch begründeten persönlichen Entscheidung.

Theresa reichert ihren Boykott tierischer Produkte also mit individueller Sinnhaftigkeit sowie mit moralischer Kompetenz an. Gefestigt werden kann Theresas moralisch wertvolles Selbst im Sinne des Soziologen Daniel Kofahl auch mittels des zu beobachtenden Gut-gegen-Böse-Schemas (vgl. Kofahl 2015, 45). Diejenigen, die ihren moralischen Standpunkt teilen und dieselben Konsumententscheidungen fällen, gehören in Theresas Sinnuniversum zu den Guten, und all jene, die die dem Veganismus zugrundeliegende Mitleidsethik nicht teilen, tendenziell zu den Bösen – zumindest sind Personen, sie sich aus „Bequemlichkeit“ für den Konsum tierischer Produkte entscheiden, in Theresas Wahrnehmung vom richtigen Kurs abgekommen. Wobei auch Theresa hier Zugeständnisse macht: Vegan-Sympathisant*innen („Vegan Allies“) bewegen sich aus ihrer Sicht in einer Grauzone.

5.2.11 Vegan Allies

Überwiegt in manchen Beiträgen von Theresa das Gefühl des Unverständnisses gegenüber Menschen, die Tierprodukte konsumieren, versucht Theresa in anderen Beiträgen mehr Spielraum für die Lesenden zu lassen – weniger Fleisch zu essen sei immerhin schon ein Schritt in die richtige Richtung und es gäbe „durchaus Graustufen zwischen drei Mal täglich Discounter Fleisch und 100% vegan“. Theresa plädiert damit für einen *moralischen Meliorismus*. Ähnlich

wie der Tierethiker Jean-Claude Wolf beurteilt auch Theresa „kleine Schritte im Tierschutz als gut (besser als nichts) und große Veränderungen und Umstellungen als besser“ (Wolf 2011) Sie selbst lebe zwar konsequent vegan und könne sich das auch nicht anders vorstellen, aber das müsse nicht jede*r, so erläutert Theresa im Interview, denn „jeder Schritt zählt“. „[W]enn viele Menschen sehr viel weniger tierische Produkte konsumieren, ist es ein Fortschritt.“

Inspiziert durch ein Interview mit Melanie Joy, einer in der veganen Szene bekannten Autorin des Buchs „Why We Love Dogs, Eat Pigs, and Wear Cows: A critical review“ (2011), schreibt Theresa darüber, dass sie sogenannte *Vegan Allies* zukünftig mehr „wertschätzen“ möchte. Ein Stück weit seien sie und vegane Alliierte auf dem gleichen Weg, dem Weg zu weniger Tierleid. Gleichzeitig stellt auch dieser Beitrag noch einmal heraus, dass jene, die nicht für die vegane Lebensweise offen sind, auf einem anderen Pfad unterwegs sind, einem Kurs folgen, der nicht zur Lösung führt, sondern viel eher Teil des Problems ist.

„Mir fällt es manchmal schwer, wenn Menschen sagen sie essen nur einmal im Monat Fleisch, weil ich immer insgeheim denke ‚warum nicht das auch noch weglassen?‘ Aber wir sind nun mal alle verschieden. Manche werden über Nacht Vegan. Andere nach zehn Jahren. Und wieder andere essen auch im elften Jahr noch hin und wieder Käse. Und auch wenn für jedes bisschen was an tierischen Produkten konsumiert, wird unnötiges Leid geschieht, gibt es einfach nicht für alle den ganz oder gar nicht Weg. ‚Vegan Allies‘ nennt man das, wie ich heute in einem Interview mit der großartigen Melanie Joy gehört habe. Menschen, die die vegane Idee grundsätzlich befürworten, aber es selbst (noch) nicht (100%) schaffen. Und ich werde zukünftig noch mehr versuchen diese Allies wirklich wertzuschätzen. Vielleicht gibt es nicht nur Problem und Lösung: Vielleicht gibt es auch noch Lösungssuchende, mit denen wir ein Stück gemeinsam gehen können.“ (IG)

5.2.12 Freiheiten des Verzichts

Innerhalb ihres Profils versucht Theresa ihren Follower*innen auf unterschiedlichen Wegen darzulegen, dass mit einer veganen Lebensweise nicht unbedingt ein Gefühl des Verzichts einhergehen müsse. Die von ihr regelmäßig veröffentlichten Rezepte und dazu fotografierten Gerichte sind eine Strategie, um dies unter Beweis zu stellen. Des Weiteren argumentiert Theresa in ihren Bilduntertexten, dass das Gefühl des Verzichts eine Erleichterung im Alltag mit sich bringe. Daher falle es ihr prinzipiell leicht, konsequent vegan zu leben. Auf Instagram erklärt Theresa: „Ich muss nicht täglich neu die Entscheidung im Supermarkt treffen, ob ich Jogurt oder Sojajogurt kaufe. Wenn ich am Wurstregal vorbeigehe, schaue ich nicht mal hin, weil das einfach inzwischen Routine ist.“

Bestimmte Warenregale im Supermarkt, ob im Discounter oder Biomarkt, wie die Wurst- und Käseabteilungen, sind für Theresa aus ihrer Routine und ihrer Wahrnehmung ausgeschlossen, bestimmte Abteilungen entfallen für Theresa schlichtweg. Anstatt diese Einschränkung zu bemängeln, deutet Theresa diese Einschränkung um: die Auswahl werde durch ihren Veganismus positiv minimiert, dadurch müsse sie weniger Entscheidungen treffen. Die freiwilligen Einschränkungen im Alltag werden somit von Theresa positiv konnotiert, der positive Nebeneffekt sei eine Überflussreduktion.

Erlern und inkorporiert hat Theresa diese Verhaltens- und Denkweise im Zuge ihrer Umstellung auf eine vegane Ernährung. Inzwischen sei ihr veganer Einkauf längst zur Routine geworden. Für Theresa fühlt sich ihre vegane Lebensweise daher nicht mehr wie ein Verzicht an, zumal es genügend „Ersatzprodukte“ gebe, erklärt sie im Interview.

Auf zweierlei Ebenen hat Therasas gedankliches Verhältnis zu Tieren zu einer Veränderung ihrer Wahrnehmung geführt. Im Sinne einer Askese hat ihr veganer Lebensstil „nicht einfach eine unterdrückende, hemmende Funktion, sondern eine ermöglichende, befreiende“. (Cayusa 2015, 95) Der Ausschluss bestimmter Produkte wird zum einen als Erleichterung ihres Alltags gedeutet, zum anderen im alltäglichen Einkauf nicht mehr wahrgenommen. Falls sich doch hin und wieder ein Gefühl des Verzichts einstellen sollte, nehme Theresa dieses durch ihr Ziel einer tierleidfreien Welt schmerzlos an. Demgemäß wird der Verzicht auf tierische Produkte in Therasas Selbsterzählung nicht mit der Aufgabe von Freiheit gleichgesetzt, sondern vielmehr als eine Praktik der Freiheit gerahmt.

5.2.13 Vegan for future

Als Begründung für ihre vegane Lebensweise bezieht sich Theresa nicht nur auf die ethische Problematik, die ein Konsum tierischer Produkte birgt, sondern auch auf die ökologischen Auswirkungen der Intensivtierhaltung. Aus der Perspektive der *Akteur-Netzwerk-Theorie* (vgl. Dietzsch 2020) werden die Tiere der Massentierhaltung in Therasas Erzählung zu wichtigen Akteuren beziehungsweise Botschaftern des Klimawandels, indem sie indirekt auf die Ursachen der Klimaerwärmung verweisen und symbolisch für den umweltschädlichen Umgang des Menschen mit dem Planeten Erde stehen.

Theresa plädiert dafür, dass zukünftige Umweltfolgen in den alltäglichen Handlungen Berücksichtigung finden müssten. Damit schließt Theresa auch an die im Diskurs um Nachhaltigkeit häufiger verhandelte Generationengerechtigkeit an und erhebt nachhaltiges Leben zur moralischen Forderung. Auf ihrem Instagram-Profil verknüpft Theresa den Veganismus überdies mit Hashtags wie „parentsforfuture“ oder „fridaysforfuture“ – ein Verweis auf die von Schü-

ler*innen initiierte Umweltbewegung Fridays for Future. Das unmittelbar eigene Handeln könne zur Abschwächung des Klimawandels beitragen, so meint Theresa und verwendet damit ein ebenfalls in der Fridays for Future-Bewegung gängiges Narrativ, wenn dort auch weniger prominent (vgl. Hurrelmann & Albrecht 2020, 232).

Auf Instagram formuliert Theresa hierzu: „Ich erwarte nicht von dir, dass du sofort alles richtig machst. Aber in Anbetracht der Dringlichkeit, diesen Planeten zu retten, wäre ich dir wirklich dankbar, wenn du anfängst.“ Mehrfach betont Theresa die „Dringlichkeit“ das eigene Verhalten zu ändern, um „diesen Planeten zu retten“. Das Wort „retten“ impliziert, dass unser Leben auf dem Planeten Erde bereits akut „auf dem Spiel steht“. Diese Sichtweise lässt sich in den Diskurs um Michel Foucaults Biopolitik einordnen, nach der der moderne Mensch das Tier sei, „in dessen Politik sein Lebewesen auf dem Spiel steht.“ (Foucault 1987, 171) Eine vegane Lebensweise sei eine einfach umzusetzende Strategie, um nachhaltiger zu leben, da sie Ressourcen spare und die Umwelt schone.

Infolgedessen versteht Theresa ihre vegane Lebensweise als eine Praxis, die sowohl zur Rettung der Tiere als auch zur Ressourcen- und Umweltschonung beitrage. Dadurch ordnet Theresa ihren veganen Lebensstil in die Gruppe der ökologischen Lebensstile ein, die gegenwärtig als „eine sozial besonders bedeutsame und mitunter umkämpfte Form der Lebensführung“ (Neckel 2018, 60) gelten können. Sie deklariert ihr eigenes Handeln damit auf mehreren Ebenen als verantwortungsvoll und sinnvoll, da ihr Veganismus nicht nur als moralischere, sondern auch als nachhaltigere ökologische Praxis in Theresas Selbsterzählung plausibilisiert wird.

5.2.14 Vegan sein reicht nicht

Von der tatsächlichen Wirksamkeit ihrer ‚moralischen‘ Lebensweise ist Theresa jedoch nicht zweifelsfrei überzeugt. Regelmäßig thematisiert sie Gefühle des *Weltschmerzes* und artikuliert das Gefühl, Veganismus allein reiche nicht, um ihren Zielen näher zu kommen. Im Interview sagt sie: „Auf der einen Seite denke ich schon, dass ich so viel bewegen kann, auf der anderen Seite, kommt man sich doch so klein vor.“ Wenn sie beispielsweise auf Instagram private Nachrichten bekomme, dass sie andere Menschen zur veganen Lebensweise motiviert habe, dann habe sie das positive Gefühl, mit ihren Instagram-Inhalten etwas zu „bewegen“. Doch es holten sie immer wieder der Zweifel ein, ob die auf Instagram täglich aufgewendeten Stunden sich tatsächlich lohnen beziehungsweise etwas bewegen. Ihre vegane, nachhaltige Lebensweise zieht sie ebenfalls hin und wieder in Zweifel. Auch wenn sie selbst vegan und möglichst nachhaltig lebe, hätten ihre eigenen Kaufentscheidungen letztendlich nur einen minimalen Effekt.

Für ökologisch relevante Effekte reiche dies nicht, mehr Menschen müssten bereit sein, sich einzuschränken, also ressourcen- und umweltbewusst zu konsumieren. Auf Instagram schreibt sie in diesem Kontext:

„Manchmal überkommt es mich und ich fürchte: es reicht einfach nicht. All das unverpackt kaufen und Second Hand, all das vegane und ökologisch produzierte Essen, mein Ökostrom und dass ich nicht fliege, das Leben ohne Auto und das Konto bei einer grünen Bank. Fakt ist: Auch für mich bräuchte es 1,7 Erden. Das erschreckende daran ist, dass 1,7 ja für unsere Gesellschaft noch relativ wenig ist. Und dennoch zu viel. Dann fühle ich mich schuldig und gleichzeitig werde ich auch wütend auf alle die einfach GAR NIX tun. Die weitermachen, als gäbe es gar keinen Grund sich einzuschränken.“ (IG)

Therasas Ohnmachtsgefühle verweisen auf die bereits thematisierte Funktion der erzählerischen Verarbeitung, die Instagram erfüllen kann, hier des Gefühls begrenzter Handlungsmacht. Ähnlich wie es Maria Grewe für Mülltaucher*innen feststellt (vgl. Grewe 2017, 227), ist auch Therasas Verständnis ihres Veganismus als politische Praxis mehrdeutig: Einerseits sieht Theresa sich nicht mächtig genug, um ‚das System‘ zu transformieren, andererseits versteht sie ihre vegane Lebensweise als eine Möglichkeit, um zu einer Veränderung der Welt beizutragen.

Über den Vergleich mit nicht-vegan lebenden Menschen sowie der Auseinandersetzung mit den eigenen Wertvorstellungen führt Therasas Selbsteinschätzung dennoch dazu, dass ihre vegane Lebensweise ‚der richtige Weg‘ sei. Als Beweis für ihre öko-suffiziente Lebensweise bezieht sich Theresa auf das wissenschaftliche Konzept des ökologischen Fußabdrucks und gibt an, dass es für sie zwar 1,7 Erden bräuchte, dass im Vergleich jedoch noch relativ wenig sei.

An anderen Stellen ihres Profils wird klar, dass Theresa sich ihrer partikularen Sichtweise als Veganerin durchaus bewusst ist, wenn sie schreibt, dass eine vegane Lebensweise allein nicht ausreichend ist, „um alle Probleme der Welt zu lösen“.

„[...] Vegan leben hat viele positive Aspekte. Und tatsächlich wären einige Probleme gewiss kleiner, würden sich mehr Menschen für eine pflanzliche Lebensweise entscheiden. Aber bei aller Liebe zum Veganismus muss man bei den Tatsachen bleiben. Es gibt Zusammenhänge, die sind etwas komplexer, als dass es reicht zu sagen ‚wird halt einfach vegan‘. Ich glaube diese Darstellung des Veganismus als etwas, was mit einem Fingerschnippen jegliche Probleme ausradiert, schadet sogar eher, denn sie macht angreifbar. [...] Denn ja, es gibt zig großartige Auswirkungen. Das ist das wunderbare: mit einer Änderung wird einer Wirkung in viele verschiedene Richtungen erzielt. Aber ich finde trotzdem auch als Veganer darf man es sich nicht zu leicht machen. Der Regenwald

brennt? – Ich esse kein Fleisch, kann ich nix für! Klimawandel? – Bin vegan, nicht meine Schuld! Welthunger? – Die bösen Fleischesser! Du hast Arthrose? – Tja vegan wäre das nicht passiert. Und so weiter. Versteht mich nicht falsch, es bestehen da natürlich Zusammenhänge. Aber vegan zu leben ist für mich keine Ausrede alles andere zu ignorieren. Und trotzdem ist es einfach eine tolle Sache. Für Menschen, Tiere und den Planeten. Und kann wirklich zu Reduzierung vieler Missstände beitragen. Löst der Veganismus alle Probleme der Welt? Vermutlich nicht. Erwartet irgendjemand, dass eine einzige Veränderung wirklich alle bestehenden Probleme löst? Ich hoffe nicht. Ist Veganismus trotzdem ein riesiger Schritt in die richtige Richtung? Definitiv. #vegandeutschland #veganleben #veganismus #pflanzenfresser #vegan #veganfortheanimals #reinpflanzlich #noplanetb“ (IG)

Für Theresa sei ihr veganer Lebensstil „keine Ausrede alles andere zu ignorieren“ – ihr Veganismus sei zwar ein „riesiger Schritt in die richtige Richtung“, aber der*die Einzelne könne immer noch mehr tun, um die „Probleme der Welt“ zu lösen. Die von Theresa auf ihrem Profil geäußerte Konsumkritik geht über den Bereich der veganen Ernährung hinaus und kritisiert hier neben Nicht-Veganer*innen auch solche Veganer*innen, die „alles andere ignorieren“. Theresa grenzt sich hier folglich nicht nur von nicht-vegan lebenden Menschen ab, sondern von allen Personen, die nicht fortlaufend an der Lösung der Probleme der Welt arbeiten – Stillstand erscheint für Theresa problematisch, es gebe „#noplanetb“.

Im Interview erklärt Theresa, dass ihre vegane Lebensweise dazu beigetragen habe, ihren kritischen Blick zu schärfen und auch auf anderen Konsumbereiche zu richten. Innerhalb anderer Fälle zeichnen sich ähnliche Erzähl- und Erfahrungsmuster ab. Auch Hanna erzählt im Interview, dass „wenn man dann vegan wird, dann ist man ja auf einmal so ganz open minded und sieht irgendwie ganz viele Dinge.“ Über den Veganismus habe sie beispielsweise auch zum Yoga gefunden. In ähnlicher Weise erwähnt auch Robert im Interview, dass er über den Veganismus zu anderen Themen gefunden habe:

„Über die Schiene habe ich halt den Eindruck, dass ich nicht rein bei einer pflanzlichen Ernährung geblieben bin, sondern für super viele Themen wurde ich dann einfach auch noch offen, weil ich mir so dachte, ja stimmt, da hast du noch nie drüber nachgedacht, wieso eigentlich nicht und dann habe ich auch da einfach nochmal Veränderungen vorgenommen.“ (IV)

5.2.15 Jeder Einkaufszettel zählt: Selbstverantwortung und Agency

Ein Erzähltopos, der sich sowohl aus der Fallanalyse Theresa als auch aus der Analyse der anderen Fälle ergibt, ist das der auf Handlungs- und Wirkmacht (*Agency*) jedes*r Einzelnen gründenden Selbstverantwortung. In historisch-vergleichender Perspektive scheint der Terminus der Selbstverantwortung innerhalb des Veganismus-Diskurses gegenwärtig eine besonders prominente Stellung einzunehmen, zumindest deutet die Auswertung der analysierten Profile darauf hin. Die Auswertung aller Fälle verdeutlicht, dass im Sinnuniversum des Veganismus die *Moralisierung des Essens* (vgl. Barlösius 2016, 288) mit einer Verantwortungsethik einhergeht, die vor allem dem eigenen Konsum-Handeln eine gesellschaftsverändernde Wirkung zuspricht (vgl. Heimerdinger 2020, 76). Konsum wird als aktive Leistung gedeutet (vgl. Voswinkel 2013, 134). Die moralische Verantwortung (vgl. Frankfurt 1988) müsse jede*r für die eigene Handlung übernehmen, sich der eigenen Handlungsmacht (*Agency*) bewusst sein. Dem*der Einzelnen wird hier die totale Machbarkeit und Eigenverantwortung auferlegt (vgl. Heimerdinger & Simon et al. 2008, 15). Denn durch die menschliche Fähigkeit zu wählen (vgl. Bröckling 2017, 330), sei der*die Einzelne dazu verpflichtet, gesellschaftlich verantwortungsvoll zu wählen (vgl. Winterberg 2015, 25).

Die in dieser Arbeit im Vordergrund stehenden Veganer*innen haben die gegenwärtige gesellschaftlich bereits bestehende Forderung, „Ernährungsverantwortung zu übernehmen und vorausschauend zu handeln“ (Barlösius 2016, 247), verinnerlicht. Von ihrer veganen Lebensweise versprechen sie sich die Erfüllung eben dieser Erwartung. Essen beziehungsweise Konsum wird im Veganismus zu einem reflexiven Akt und attestiert dadurch dem*der Einzelnen eine moralische Kauf-Haltung. Täglich beweist die individuell getroffene Entscheidung für eine vegane Lebensweise aufs Neue die Übernahme von Verantwortung, die moralische Haltung. Der Boykott tierischer Produkte wird als eine performative Konsumkritik, als ein „kulturell wirksamer Einspruch“ (Heimerdinger 2013a, 11), als eine „Kontra-Strategie“ (Grewe 2017, 121) wahrgenommen, die jedem*r Verbraucher*in offensteht und der „Individualisierung globaler Risiken“ (Beck 2007, 302) Rechnung trägt.

Im Sinne Maurice Merleau-Pontys wäre die von den Veganer*innen thematisierte *Agency* so zu verstehen, dass Menschen die Freiheit haben, *in* und *mit* einer Situation zu agieren (vgl. Hetzel 2019, 38; Merleau-Ponty 1966, 514). Weshalb Nicht-Veganer*innen im Sinnuniversum des Veganismus tendenziell unverantwortlich handeln, da sie mit ihren alltäglichen Konsumentscheidungen die Macht über das Wohlergehen anderer (vgl. Jonas 1979), hier der Tiere und des gesamten Planeten, haben und keine „gastrosophische Einsicht“ (Lemke 2011, 182), „kulinarische Vernunft“ (Heindl & Methfessel et al. 2011, 187) oder „ökologische Intelligenz“

(Goleman 2012) zeigen. Diese Sichtweise fußt auf dem trotz wirtschaftspsychologischer und marktsoziologischer Relativierungen (vgl. Heidbrink & Schmidt 2011, 26) gängigen Narrativ des*der informierten Verbraucher*in, demgemäß „der Einzelne, wenn er will, in der eigenen Küche und mit seinem alltäglichen Griff ins Warensortiment zum Wohle aller tatsächlich Klimagerechtigkeit aktivieren kann“ (Lemke 2011, 182–183).

Immer wieder verweisen die in dieser Arbeit im Fokus stehenden Veganer*innen in ihren Texten, Fotografien und Storys darauf, dass die vegane Ernährung eine alternative Handlungsmöglichkeit sei, eine Möglichkeit, Einfluss auf die Industrie zu nehmen und dadurch bestehende Verhältnisse zu ändern. Jede*r habe die Wahl, sich vegan zu ernähren beziehungsweise auf einen veganen Lebensstil umzustellen und Ernährungsverantwortung zu übernehmen.

Auch Theresa sieht in ihrem moralischen Konsum eine „politische Praxis“ (Lemke 2012, 258), einen performativen Ausdruck von Konsumkritik. Damit folgt sie dem Narrativ, dass mit bewussten Kaufentscheidungen ein Umsteuern von Unternehmen möglich sei (vgl. Busse 2006; Häußler 2011, 119). In der „Gegenkultur“ (Heimerdinger 2013a, 11) des Veganismus sieht Theresa eine Möglichkeit eines kulturell wirksamen Einspruchs, der dynamisierend und gesellschaftlich wirksam sein kann. In diesem Zusammenhang ist auf Theresas Profil vor allem der Erzähltopos des *Kassenzettels als Stimmzettel* (vgl. Beck 1997) zu nennen.

„Unser Kassenzettel ist unser Stimmzettel. Unsere Nachfrage heute bestimmt das Angebot von morgen. Mit jedem Einkauf setzen wir ein Zeichen. Das betrifft alle Bereiche. [...] Unser Einkauf hat Gewicht denn wir konsumieren Tag für Tag, oder Woche für Woche. Wir können wählen zwischen Hafermilch und Kuhmilch. Zwischen bio und konventionell. Zwischen Fair Trade Mode und Fast Fashion. Zwischen Wegwerfartikeln und langlebigen Produkten. Zwischen neu und gebraucht. Wir können unterstützen oder boykottieren. Das ist unsere Macht als Verbraucher und gleichzeitig unsere Verantwortung. [...] Es geht nicht um Verzicht. Sondern um mehr bewusstes Einkaufen und weniger maßlosen Konsum. Seid ihr dabei? [...]“ (IG)

Mit der Formulierung „du hast die Wahl“ lässt Theresa anklingen, dass die Konsument*innen täglich eine Wahl haben. Der Kassenzettel als Stimmzettel unterstreicht narrativ die politische Bedeutung des Einkaufens. Es sei „nicht zu viel verlangt [...] sich mit diesen Themen auseinanderzusetzen“. Die Agency wird in Theresas Erzählung hauptsächlich auf die alltäglichen Konsument*innen konzentriert und vom Veganismus ausgehend auf sämtliche Konsumententscheidungen ausgeweitet. Mit dem Verweis auf Informations- und Bildungsmöglichkeiten stuft Theresa die Konsument*innen „als souverän bei der Lebensmittelwahl“ (Brunner 2011, 213)

ein und damit als fähig, moralisch korrekte Entscheidungen zu treffen und so zu handeln, dass sie ein „gutes Gewissen“ (vgl. Grauel 2013) haben. Kritik an politischen Rahmenbedingungen taucht bei Theresa zwar indirekt auf, ist jedoch weniger präsent. Politiker*innen sowie Akteur*innen der Massentierhaltung werden nur abstrakt in die Verantwortung gezogen. Theresa hingegen adressiert ihre Follower*innen immer wieder direkt und fordert sie dazu auf, vegan zu werden, oder sich zumindest mit den auf ihrem Profil angesprochenen Problematiken auseinanderzusetzen.

„Du musst nicht augenblicklich dein komplettes Leben auf den Kopf stellen. Das wäre ziemlich viel verlangt. Nicht zu viel verlangt finde ich, sich mit diesen Themen auseinanderzusetzen. [...] Du hast die Wahl, die ein wenig einzuschränken. Auch wenn es vielleicht aufwändig und unbequem ist. [...] An [den Taten] von gestern können wir nichts mehr ändern. Wohl aber an denen von heute. Ich erwarte nicht von dir, dass du sofort alles richtig machst. Aber in Anbetracht der Dringlichkeit, diesen Planeten zu retten, wäre ich dir wirklich dankbar, wenn du anfängst.“ (IG)

Theresa begründet die Notwendigkeit der Anpassung des Konsumverhaltens nicht zuletzt damit, dass die politischen sowie gesellschaftlichen Rahmenbedingungen den Boykott tierischer Produkte notwendig machten, um Großkonzerne und Politiker*innen zu Änderungen zu bewegen. Für Theresa ist die vegane Lebensweise eine Handlungsmöglichkeit, um „die bestehenden Machtverhältnisse zu transzendieren“ (Pulz & Zamboni 2014, 130), die vegane Lebensweise folglich eine mögliche „weltverändernde Praktik“ (Fenske 2020, 74). Mit der Betonung ihrer eigener Handlungsmacht, ihrer Agency, übernimmt Theresa in ihrer Selbsterzählung Verantwortung, im Gegensatz zu all jenen, die unreflektiert konsumierten – ihre vegane Lebensweise deutet Theresa somit als eine Strategie der Ermächtigung. Theresa stellt heraus, dass sie mit ihrer veganen Lebensweise nicht nur bei der Feststellung, dass etwas am System der Massentierhaltung nicht stimme, stehenbleibe und die Verantwortung damit auf die Politik verlagere, sondern auch auf die Mikroebene, also in ihrem eigenen Alltag, aktiv zur Veränderung beitrage. Anders als es ihr vor allem ihr analoges Umfeld nahelege, deutet sie ihren Veganismus als eine wertvolle, notwendige Lebensweise.

Zur Veganer*in zu werden sei, so lässt sich Theresa Selbsterzählung interpretieren, eine Entwicklung „hin zu einem neuen Menschen, der sich von dem rücksichtslosen Bürger deutlich unterscheidet“ (Pörksen & Detel 2012, 221), sich der eigenen Handlungsmacht sowie der daraus resultierenden Verantwortung als Verbraucherin bewusst ist und als moralische*r Unter-

nehmer*in selbst Verantwortung für das „zivilisatorische Schicksal“ (vgl. Beck 2007, 302) übernimmt.

5.3 Lea, die Verantwortungsbewusste

„Deswegen sollten wir uns darüber bewusstwerden, dass Ernährung sowohl der größte Risikofaktor als auch der größte Schutzfaktor für die Gesundheit sein kann.“

Lea weist sich auf Instagram als eine „zertifizierte Ernährungsberaterin“ aus, deren Expertise vor allem im Bereich der pflanzlichen Ernährung liege. Im Laufe des Forschungszeitraums absolviert sie zusätzlich eine Ausbildung als Heilpraktikerin für Psychotherapie. Nach Abschluss ergänzt sie diese Beschreibung in ihrem Profil. Ihren knapp 3000 Follower*innen gibt sie regelmäßig Tipps für mehr „#mentalegesundheit“. Vor allem ‚emotionales‘ und ‚intuitives‘⁶⁰ Essverhalten gehören zu den häufigsten Themen, über die sie in ihren Bildtexten schreibt. Hin und wieder stellt sie ihren Follower*innen Rezepte zur Verfügung. Im Visuellen wechseln sich Textcollagen, Selbstaufnahmen, Tierbilder und abfotografierte Gerichte ab.

Dass Lea eine enge Beziehung zu Tieren pflegt, wird den Betrachtenden schnell anhand der zahlreichen Tierbilder klar. Regelmäßig lichtet sich Lea mit ihrer Katze, ihren Pferden oder anderen Tieren wie Kühen und Ziegen ab. Auch anhand zweier Tätowierungen, die sie auf Instagram präsentiert, wird deutlich, dass Lea Tieren eine wichtige Rolle in ihrem Leben einräumt. Auf ihrem Oberarm, im Bereich des Trizepses, trägt Lea den Schriftzug „Vegan is Love“ – ein klares „Zugehörigkeitszeichen“ (Lobstädt 2011, 262) zur Gruppe der Veganer*innen. Andere Aufnahmen zeigen Leas tätowierten Rücken. Dort hat sie auf einem Schulterblatt ein Porträt ihres verstorbenen Pferdes verewigt. Verziert ist die Tätowierung mit einer aufgeblühten Rose und dem Geburtsdatum des Tieres. Als eingestochene „Kommunikationselement[e]“ (ebd., 250) kommunizieren Leas Tätowierungen ihre Verbundenheit zu Tieren sowie ihre Zugehörigkeit zur Gruppe der Veganer*innen nonverbal; durch die fotografische Veröffentlichung auch auf Instagram.

Bei ihrer weiteren Profilgestaltung setzt Lea auf eine Kombination aus Wissensvermittlung und persönlichen Erzählungen – vor allem die Themen Gesundheit und Ernährung stehen im Vordergrund. Lea erzählt von ihren eigenen Erfahrungen, ihren gesundheitlichen und ethischen

⁶⁰ Lea versteht unter emotionalem Essen, ein Essverhalten, bei dem nicht das Hungergefühl handlungsleitenden sind, sondern Gefühle wie beispielsweise Einsamkeit, Stress und Langeweile. Als intuitives Essen betrachtet sei ein Essverhalten, bei dem der Mensch sich von seinen Hungergefühlen leiten lässt. Menschen sollten hierbei ihrer Intuition vertrauen.

Beweggründen für ihre vegane Lebensweise und vor allem von ihren negativen ‚Ess-Erfahrungen‘. Dabei adressiert Lea sowohl konkret Veganer*innen, als auch Nicht-Veganer*innen. Dazwischen wirbt sie regelmäßig für ihre Tätigkeit als „Coach für pflanzliche Ernährung“.

5.3.1 Zwischen Katzen und Pferden

Lea und ich treffen uns zum Interview in einem ihrer Lieblingscafés in Leipzig – es ist ein gemütliches und gut besuchtes Katzen-Café, in dem zahlreiche vegane Backwaren in der Vitrine stehen. Zwar hätte ich Lea gerne in ihrem Zuhause weitab von Leipzig besucht, die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln erschien jedoch derart umständlich, dass ich Leas Angebot, nach Leipzig zu kommen, dankend angenommen habe.

Unsere gemeinsame Begeisterung für die im Café umherstreunenden Vierbeiner gibt uns direkt einen ungezwungenen Gesprächseinstieg. Wir versuchen Katzen anzulocken, mit mäßigem Erfolg. Gemeinsam suchen wir uns an der Theke jeweils ein Stück Kuchen aus. Wie bei allen Interviews, die in einem Café oder Restaurant stattfinden, erwähne ich nebenbei, dass Lea selbstverständlich zu Kuchen und Kaffee eingeladen ist, um meiner Wertschätzung für die mir zur Verfügung gestellte Zeit Ausdruck zu verleihen. Am Tisch zurück möchte Lea erst einmal noch mehr über meine Forschungsarbeit und meine Beweggründe erfahren und hört mir aufmerksam zu. Insgesamt empfinde ich das Gespräch mit Lea als äußerst angenehm. Leas ruhige, sanfte Stimme hat eine entspannende Wirkung auf mich. Fast vier Stunden sitzen wir gemeinsam im Café. Währenddessen habe ich nicht das Gefühl, dass meine Gesprächspartnerin unter Zeitdruck steht oder gedanklich abschweift – Lea ist äußerst präsent. Als der Kuchen an unseren Tisch gebracht wird, beginnt sie von sich und ihrem Leben zu erzählen.

Gemeinsam mit ihrem Ehemann, zwei Pferden und einer Katze wohnt Lea in einem kleinen Dorf zwischen Chemnitz und Leipzig. Dort haben Lea und Tom einen Vierseithof geerbt, den die beiden in ihrer Freizeit renovieren. Im Garten des Hauses bauen sie neuerdings auch Gemüse an. Aufgewachsen ist Lea „im Nachbarsdorf“. Als sie ihr Studium in Betriebswirtschaftslehre (BWL) aufnahm, kehrte sie dem Landleben zwar zunächst den Rücken, ihr sei jedoch immer klar gewesen, dass sie eines Tages wieder „aufs Dorf“ ziehen würde – diesen Wunsch habe sie sich inzwischen erfüllt.

Zum Zeitpunkt unseres Interviews ist Lea 26 Jahre alt. Als Betriebswirtin ist sie halbtags in einem IT-Consulting-Unternehmen angestellt. Das sei allerdings nur ein „Butter-und-Brot-Job“. Schon ihr BWL-Studium sei eine „Vernunftentscheidung“ gewesen. Das Studium habe sie damals bereits mit dem Wissen begonnen, „dass das jetzt nicht die Endstation ist, danach kommt noch etwas Neues.“ Um sich Träume erfüllen zu können, müsse man jedoch erst einmal

Geld verdienen, so erklärt Lea im Interview. Beispielsweise ihr absolviertes Fernstudium zur Ernährungsberaterin oder den noch laufenden Ausbau des geerbten Hofes habe sie sich nur aufgrund ihres IT-Jobs leisten können.

Parallel zu ihrem „Butter-und-Brot-Job“ baut sich Lea ein zweites Standbein als Ernährungsberaterin für „pflanzenbasierte Ernährung“ auf. Ihre Zukunftsvision ist, damit genug Geld zu verdienen, um ihre Tätigkeit im IT-Consulting-Unternehmen niederzulegen. Ganz im Gegensatz zu ihrem Haupterwerbsjob mache ihr die Beratung „richtig Spaß“. Dass Lea ihren Job als vegane Ernährungsberaterin als äußerst erfüllend empfindet, liegt vermutlich auch an der damit verknüpften Hoffnung, durch ihre Arbeit mehr Menschen zum Veganismus zu motivieren. Über ihren Job als Ernährungsberaterin käme sie regelmäßig mit Menschen in Kontakt die „noch Vorurteile mit dem Thema Veganismus haben und dieses Dogma mit sich tragen, dass vegan gleich unangenehm bedeutet.“ Eine vegane Kost müsse jedoch nicht mit „Verzicht von gutem Geschmack oder lieb gewonnenen Lebensmitteln“ einhergehen. Genau das können sie ihren Kund*innen zeigen. Mit „augenöffnende[n] Genussmomente[n]“ können sie so mehr Menschen die vegane Ernährungsweise näherbringen und mehr Menschen von der veganen Ernährung überzeugen. Dass der Veganismus in Leas Leben eine wichtige Rolle spielt, deutet sich hier bereits an.

5.3.2 Verzicht auf „Leichenteile“

Vegan lebt Lea zum Zeitpunkt des Interviews bereits seit acht Jahren. Ihre damalige Entscheidung für eine vegane Lebensweise sei rein ethischer Natur gewesen, mit dem Thema Nährstoffe habe sie sich nicht wirklich auseinandergesetzt. Vegetarierin sei sie schon seit ihrem 17. Lebensjahr, also seit etwa zehn Jahren. Tiere habe sie schon immer sehr geliebt. Sie sei auf dem Land aufgewachsen und deshalb mit der Schlachtung, beispielsweise von Hasen und Enten, in der Familie bereits früh in Verbindung gekommen. Die Tötung habe sie mehrfach mitangesehen und als „sehr grausam“ erlebt. Schlussendlich habe ihre Tierliebe dazu geführt, dass sie es nicht mehr mit sich vereinbaren konnte, Fleisch zu essen. Mit ihren Eltern habe sie diesbezüglich mehrere harte Auseinandersetzungen führen müssen. Als Jugendliche habe sie aufgrund ihres Vegetarismus meist für sich selbst kochen müssen.

Ungefähr zwei Jahre später erschien Lea ihr Vegetarismus, also ihr ausschließlicher Verzicht auf – wie sie es nennt – „Leichenteile“ jedoch nicht mehr stringent. Auf den Homepages von PETA und der Albert-Schweitzer-Stiftung habe sie damals viel über die Problematik der Ei- und Milchproduktion gelesen. Seitdem sie erkannt habe, dass Tiere auch für ihren Konsum

von Milch- und Eiprodukten leiden müssten, habe sie ihre vegetarische Ernährung als unzureichend empfunden, so erzählt Lea im Interview.

„Wo ich dann gedacht habe, ne, das macht am Ende keinen Unterschied, ob ich jetzt Fleisch esse oder Milch. Das ist beides ethisch nicht korrekt und ich mag das nicht unterstützen. Das verursacht Tierleid und es geht auch ohne. [...] das ist eine Industrie [...] die ich nicht unterstützen mag [...]. Das sind Tiere, da stecken Lebewesen dahinter, die sind in ihrer Komplexität nicht anders als meine Katze. Die können genauso denken und fühlen, haben ein kognitives Wahrnehmungsvermögen und können sich an etwas erinnern und können unterscheiden.“ (IV)

2011 entschied sich Lea dazu, auf sämtliche tierische Produkte zu verzichten sowie ihre gesamte Lebensweise auf veganen Konsum umzustellen. Inwieweit eine vegane Ernährung gesund sei, damit habe sie sich zunächst nicht auseinandergesetzt. Ihr Vater und ihre Mutter seien damals sehr in Sorge um sie gewesen – inzwischen sei das anders. Heute akzeptierten Leas Eltern ihre vegane Ernährungsweise, obwohl sie früher gesagt hätten „jetzt fang bloß nicht an, vegan zu leben, wenn du jetzt noch Milch und Eier weglässt, dann machen wir das nicht mit“.

5.3.3 Gesundheitliche Selbstoptimierung?

Ein Jahr ernährt sich Lea schon vegan, als sie sich auch dafür zu interessieren beginnt, wie sie eine möglichst gesundheitsbewusste Lebensweise damit verbinden kann. Sie beschäftigt sich nun intensiver damit, wie eine gesunde vegane Ernährung zu gestalten ist. Im Rahmen dieser gesundheitlichen Optimierungsversuche⁶¹ setzt Lea auch ihre Antibabypille ab, da sie auf die

⁶¹ Laut populärer Gesellschaftsdiagnosen ist Selbstoptimierung gegenwärtig ein zentrales Leitmotiv, ein Orientierungsmuster für die alltägliche Lebensgestaltung (vgl. Duttweiler & Passoth 2016, 9; Fenner 2019, 9). Etymologisch geht der Begriff auf das lateinische Wort *optimus* zurück und wird in der Regel mit ‚das Beste‘ übersetzt (vgl. Lorenz 2020, 56). Optimierung meint folglich, „das Bestmögliche, das beste erreichbare Resultat unter den gegebenen Voraussetzungen“ (Wolff 2018, 58) herauszuholen, also einen aktuellen Zustand näher an ein Optimum heranzubringen (vgl. Gülzau & Mau 2020, 29). Wird ein Bereich optimiert, ist damit in der Regel eine fortlaufende Verbesserung, also eine Steigerung zum Guten hin gemeint (vgl. Röcke 2017, 320), weshalb nachfolgend ‚verbessern‘ und ‚optimieren‘ synonym gebraucht werden. Der Begriff der Selbstoptimierung meint demzufolge einen kontinuierlichen Prozess der ständigen Verbesserung der eigenen Person (vgl. Fenner 2019, 13; Groth 2019, 36). Optimiert werden können hierfür sämtliche Dimensionen des ‚Selbst‘, zumindest nach einem weiten Verständnis von Selbstoptimierung. Sowohl physische als auch psychische wie soziale Zustände, Fertigkeiten, Handlungsabläufe oder Arbeitsprozesse können optimiert werden (vgl. Fenner 2019, 45). Aus kulturwissenschaftlicher Perspektive ist das Ziel der Selbstoptimierung jedoch abhängig von der Zielsetzung des jeweils dahinterstehenden Individuums und muss folglich nicht zwingend am Bestmöglichen orientiert sein. Zudem kann die Optimierung eines Bereichs immer zu einer Vernachlässigung oder Verschlechterung eines anderen Bereichs führen (vgl. Groth 2019, 36; 56).

bis dato täglich eingenommenen Hormonen verzichten möchte. Daraufhin habe sie eine starke Akne entwickelt, erzählt Lea im Interview. Diese habe sich wiederum äußerst negativ auf ihr Selbstwertgefühl ausgewirkt, teilweise habe sie das Haus nicht mehr verlassen wollen. Um die Akne zu bekämpfen, greift Lea schließlich wieder zu einem kontrazeptiven Hormonpräparat. Wie erhofft, verschwindet die unreine Haut, allerdings gewinnt sie fünfzehn Kilogramm an Gewicht. Lea ist sich sicher, dass das Absetzen der Antibabypille für alles der Auslöser gewesen sei. Diese Überlagerung gegenläufiger Ereignisse habe sie in ein „emotionales Loch“ befördert. Krampfhaft habe sie versucht wieder an Gewicht zu verlieren. „Minutiöses Kalorienzählen“ und ein sehr restriktives Essverhalten hätten sich zu dieser Zeit mit „schlimmen Essanfällen“ abgewechselt. Manche Mahlzeiten hätten beispielsweise nur noch aus veganem Proteinpulver bestanden. An anderen Tagen habe sie komplett die Kontrolle über ihr Essverhalten verloren.

Statt zu einer Verbesserung ihres Gesundheitszustandes kommt es im Anschluss an ihre gesundheitlichen Optimierungsversuche also zu einer Verschlechterung. Rückblickend schätzt Lea, dass sie ungefähr sechs Jahre lang „essgestört vegan“ gelebt habe. Hiermit bringt Lea jedoch nicht direkt die vegane Ernährungsweise in Verbindung, sondern vielmehr die negativen Auswirkungen der Antibabypille sowie ihre damalige psychisch labile Verfassung. Allerdings könne eine ausschließlich an Gesundheit orientierte vegane Ernährung durchaus zu problematischem Essverhalten führen, betont Lea mehrfach im Interview und auf Instagram:

„Sich für die vegane Ernährung zu entscheiden ist NIE automatisch gleichzusetzen mit einer Essstörung oder dem Wunsch, darüber möglichst effektiv Gewicht zu verlieren. ABER: Es gibt diese Fälle und auch in den Beratungen mit meinen Klientinnen höre ich Begründungen aus dieser Richtung. Diverse Diäten wurden erfolglos ausprobiert und vielleicht klappt es ja mit einer Umstellung auf vegane Ernährung – die Hoffnung ist groß. Das Ergebnis dann leider nicht selten ein durch Restriktionen einseitiger Ernährungsalltag mit Lücken in der Abdeckung kritischer Nährstoffe, die z. B. zu Eisen, Zink- oder Selenmangel führen. Dazu [ein] Fachkommentar, dem ich absolut zustimme: Nicht die vegane Ernährung per se ist zu verurteilen. Vielmehr sind es die Einschränkungen der Lebensmittelauswahl und die Ansätze einer Essstörung, die zuerst vorhanden sind, bevor sich Betroffene dazu entschließen, sich als ‚Vegetarier‘ bzw. ‚Veganer‘ zu deklarieren. [...] Für mich war es damals leicht, ‚plausible‘ Gründe für Freunde und Familie zu finden, warum sich mein Essverhalten verändert hat und ich (mal wieder) eine Safffastenkur starte (und diese nicht einmal durchgezogen habe). Auch zu mir selbst

war ich lange nicht ehrlich... Trotzdem waren meine Gründe für die vegane Ernährung von Anfang an von Liebe und Mitgefühl gegenüber Tieren geprägt, daran hat sich bis heute nichts geändert. Nur bin ich auf einen Irrweg geraten und wollte aus dieser Ernährungsweise ebenso maximale persönliche Vorteile ziehen, nämlich Gewichtsverlust. Heute bin ich völlig entspannt vegan und habe mich bei einer gesunden, aber nicht perfektionistischen Ernährungsbasis eingependelt 🙏 “ (IG)

Lea stellt damit klar, dass eine vegane Ernährung nicht per se Essstörungen begünstigt, sondern wenn überhaupt Personen mit einem bereits essgestörten Verhalten eine passable Rechtfertigungsstrategie für ihr restriktives Essverhalten liefert. Um diese Perspektive zu plausibilisieren, verweist Lea auf ihre eigenen Erfahrungen und bedient sich damit einer maßgeblichen Erzählstrategie innerhalb des Feldes.

Im Interview deutet Lea ihre vegane Lebensweise sogar als hilfreich für die Bewältigung ihrer Essstörung. Besonders ihre Weiterbildung als vegane Ernährungsberaterin sei für sie „eine positive Unterstützung [...] auf den letzten Metern des Heilungswegs“ gewesen. Ähnlich wie die Interviewpartner*innen Hanna und Sophie beschreibt auch Lea ihre vegane Ernährungsweise als gesundheitsförderlich. Ihre vegane Ernährung habe zu einer gesundheitlichen Verbesserung beigetragen, beziehungsweise sei sogar eine hilfreiche Strategie auf dem Weg der Heilung gewesen – mental wie körperlich.

Trotz Leas „Irrweg“ versteht sie ihren Veganismus als eine Lebensweise, die sie erst zu der Persönlichkeit hat werden lassen, die im Interview vor mir sitzt – heute fühle sie sich stärker denn je. In ihrem Job als „pflanzenbasierte Ernährungsberaterin“ habe sie „eine beruflich sehr erfüllende Tätigkeit gefunden“. In der veganen Ernährung stecke ein großes Potenzial, das sie anderen Menschen weitergeben wolle.

„Ich habe diesen Traum, dass mehr und mehr Menschen verstehen, dass die Umstellung alter Ernährungsroutinen ein so kraftvoller, positiver Schritt sein kann 🌿 - für Tierwohl, Umwelt UND den Erhalt der eigenen Gesundheit.“ (IG)

5.3.4 Gesundheitsoptimierung als Beruf

Zum Zeitpunkt des Interviews arbeitet Lea zwar noch zur finanziellen Absicherung halbtags im IT-Unternehmen, ihre Zukunftsvision ist jedoch, ihren „Traumjob“ als „pflanzenbasierte Ernährungsberaterin“ so weit zu stabilisieren, dass sie diesen „Butter-und-Brot-Job“ aufgeben kann. Sie habe einen „innerlichen Wunsch“, Menschen „undogmatisch zu zeigen, wie sie ihre

Ernährung umstellen können [...], einfach neue Wege und Möglichkeiten zu eröffnen, die der- oder diejenige nutzen kann.“

Meist seien es gesundheitliche Gründe, weshalb Menschen bei ihr anfragten. Hin und wieder seien es aber auch Kund*innen, „die eine ethische Motivation in sich spüren“ und „sich eine persönliche Unterstützung wünschen“. Menschen, die aufgrund gesundheitlicher Probleme zu ihr kämen, haben mit einer „konventionellen Ernährungsberatung“ ihre Ziele häufig nicht erreicht. Die meisten gelangten aufgrund „ernährungsbedingter Krankheiten“ zu ihr. Bluthochdruck und Typ-2-Diabetes seien die häufigsten Krankheitsbilder. In vielen Fällen sei bei ihren Klient*innen auch die „psychologische Komponente“ von Bedeutung.

„Wenn Probleme bestehen mit Übergewicht, oder die Menschen von sich selbst sagen, sie sind emotionale Esser, gibt es da immer noch eine Ebene drunter unter dem Thema Ernährung. Du kannst da noch so das Essverhalten optimieren. Wenn da auf tieferer Ebene Probleme bestehen, die eigentlich dafür sorgen, dass das Symptom ‚angespanntes Essverhalten‘ die Person beeinträchtigt. [...] das ist halt ein Stachel im Fleisch und der kommt immer wieder, wenn du nicht verstehst, warum du dazu neigst, warum Essen so eine besondere Rolle für dich spielt, welche Emotionen du dann betäubst und wie du dich dann auf emotionaler Ebene anders begleiten kannst“. (IV)

Deshalb plane sie auch eine Weiterbildung zur „Heilpraktikerin für Psychotherapie“ zu absolvieren. Da ‚emotionales Essen‘ für Lea selbst „lange ein Thema war“ – bei stressigen Phasen habe sie beispielsweise vermehrt zu Süßigkeiten gegriffen – sei sie aufgrund ihrer eigenen Erfahrungen besonders motiviert, Menschen mit ähnlichen Problemen zu helfen. Eine vegane Ernährung sei hier häufig hilfreich. Aus ihrer Erfahrung mit ihren Klient*innen könne sie sagen, dass es Menschen häufig leichter falle, mit ihren Problemen zurechtzukommen, wenn sie sich pflanzenbasiert ernährten. „Weil sie den Heißhunger aufgrund einer Lebensmittelauswahl so ein bisschen reduzieren. [...] Wenn die Ernährung balanciert ist, [spüren] sie keine Blutzucker-Aufs und -Abs.“ Auch die ethische Komponente, beziehungsweise das bessere Gewissen infolge der moralischen Erleichterung, könne motivieren.

Aus Leas Perspektive hängt an der veganen Ernährung also ein Heilsversprechen. Immer wieder schreibt sie auf Instagram, dass die vegane Ernährung ein „kraftvoller Schritt“ sei, wie weiter oben bereits zitiert, „für Tierwohl, Umwelt UND den Erhalt der eigenen Gesundheit.“ In Leas Sinnuniversum ist die vegane Ernährung und im Idealfall eine komplett vegane Lebensweise auf allen angesprochenen Ebenen der ideale Weg für die Umwelt, aber auch um als

Mensch ein erfülltes Leben zu „genießen“ und „die Zeit hier [...] so gut es geht aus[zu]kosten“ – also eine Art ganzheitliche Optimierungsstrategie.

5.3.5 Motivation Instagram

Ursprünglich angemeldet hat sich Lea auf Instagram aus rein privaten Gründen. Damals wollte sie sich von anderen Veganer*innen inspirieren lassen, so erzählt sie im Interview. Es seien sogar ein „ein paar nette Freundschaften entstanden“. Als Lea mit ihrer Arbeit als Ernährungsberaterin beginnt, fängt sie jedoch an, ihr bestehendes Instagram-Profil zu nutzen, um dort für ihre Tätigkeit als Ernährungscoach zu werben. Sie habe zunächst überlegt, ein zweites Profil hierfür zu eröffnen, doch mit ihrem bestehenden Profil habe sie hinsichtlich ihrer Follower*innenzahl nicht bei null anfangen müssen.

Für ihre Selbstständigkeit als Ernährungsberaterin sei Instagram eine essenzielle Werbeplattform. Mindestens die Hälfte ihrer Klient*innen würden über ihr Profil zu ihr finden. Außerdem hätten sich dadurch bereits weitere berufliche Kooperationen ergeben. Für Vortragsreden würde sie beispielsweise immer mal wieder über Instagram angefragt. Den Zeitaufwand für die Plattform dürfe man jedoch nicht unterschätzen. Eine Stunde pro Tag sei das Minimum – im Vergleich zu Interviewpartner*innen wie Rebecca oder Vincent ist das noch relativ wenig, bei ihnen fließen täglich bis zu sechs Stunden am Tag in die Plattform.

Lea empfindet Instagram gleichzeitig als „Inspirationsquelle“ und als „Zeitfresser“. Im Interview erklärt sie, dass sie sich womöglich schon wieder abgemeldet hätte, wenn sie die Plattform nicht als beruflich notwendig erachten würde. Aktuell möchte Lea jedoch nicht auf diese „Werbemaßnahme“ verzichten. Dass sie den alltäglichen Umgang mit der Plattform nicht immer als leicht empfindet, thematisiert Lea auch auf Instagram.

„Instagram ist für mich einerseits Segen und andererseits oft Fluch. Es ist ein großer Teil meiner Arbeit, gleichzeitig auch Leidenschaft und Inspiration. Dennoch macht sich mal lauter, mal leiser ein Gefühl von Druck, Perfektionsstreben und der Vergleich mit anderen bemerkbar – deren Inhalte, Grafiken, Reichweite und Interaktionsquoten irgendwie grundsätzlich besser, ja professioneller sind. So zumindest ist der Blick durch die "emotionale Brille" 🧐. Rational betrachtet weiß ich, dass auf dieser inzwischen riesigen Plattform für all die unterschiedlichen Persönlichkeiten etwas dabei ist, Präferenzen nun mal unterschiedlich sind und damit auch die Sympathie gegenüber den jeweiligen Accounts bzw. den Menschen dahinter.“ (IG)

Neben ihrer Motivation, ihre Selbstständigkeit über die Plattform weiter voranzutreiben, stellt sich innerhalb des Interviews ein weiterer Antrieber heraus. Wie alle Befragten erhofft sich auch Lea von ihrem Profil, dass sie mit ihren Beiträgen andere Personen ‚inspirieren‘ kann. (Genauere Ausführungen zum Topos des „Inspirieren-Wollens“ finden sich im Fallbeispiel Robert.) Auch auf Instagram schreibt Lea über dieses Bedürfnis:

„IHR seid es, die davon profitieren sollen. Es liegt mir am Herzen, einen Mehrwert zu bieten, euch zu inspirieren, zu berühren und euch das Gefühl zu geben, dass ihr mit euren Herausforderungen nicht allein seid, dass ihr verstanden werdet und damit auch die Chance habt, euch selbst besser zu verstehen. Genauso wünsche ich mir, dass in euch Motivation angezündet wird und ein starkes Warum entsteht, um etwas anzugehen und zu verändern, dass euch schon lange belastet oder gedanklich nicht loslässt. Sei es die Umstellung der Ernährung in Richtung vegan oder überwiegend pflanzlich. Oder der Weg zurück zu einem entspannten, intuitiven Essverhalten, mit einer respektvollen Einstellung euch selbst und eurem Körper gegenüber.“ (IG)

5.3.6 Gesundheitsverantwortung

Wie schon in anderen Fallbeispielen, findet sich auch in Leas Erzählung der Erzähltopos der Verantwortung. Allerdings nutzt Lea daneben noch das Argument der Selbstverantwortung gegenüber dem eigenen Körper und der eigenen Gesundheit. Besonders präsent scheint im Fall Lea der Erzähltopos der „Gesundheitsverantwortung“.

Sowohl im Interview mit Lea als auch auf ihrem Instagram-Profil spiegelt sich ein Gesundheitsverständnis, das der Gegenwartsgesellschaft häufig diagnostiziert wird. In der „Gesundheitsgesellschaft“ (vgl. Kickbusch & Maag 2006) sei Gesundheit ein eigenverantwortliches und selbstbestimmbares Gut. Dieses Gut gilt als zentrale Voraussetzung für ein erfülltes Leben, womit wiederum die immense gesellschaftliche Bedeutung zu erklären ist, die dem Thema Gesundheit beigemessen wird (vgl. Wolff 2010, 172). Die Einzelnen bekämen die „totale Machbarkeit und Eigenverantwortlichkeit“ (Heimerdinger 2008b, 60) aufgebürdet. Gesundheit gälte als etwas, was der*die Einzelne sich erarbeiten könne, beziehungsweise sogar erarbeiten müsse. Die eigene Gesundheit zu erhalten sei heute Pflicht (vgl. Barlösius 2004, 43). Innerhalb dieses Diskurses erscheint Gesund-Sein als etwas Erreichbares. Krankheit dahingegen scheint vermeidbar. Der*die Einzelne müsse bloß die richtigen Entscheidungen treffen (vgl. Wiedemann 2018, 72). Dieser Logik folgend gilt: „Wem es nicht gut geht, der ist selbst schuld.“ (Heimerdinger 2008b, 60–61) „Krankheiten – und vor allem chronische – seien allein das Ergebnis einer mangelnden Selbstfürsorge“ (Uhlig 2016, 74).

Der aus diesem Diskurs erwachsene Imperativ zur gesundheitlichen Selbstoptimierung ist auf Leas Profil omnipräsent und Lea scheint für sich die Lösung gefunden zu haben. Um der Pflicht zur Gesundheitserhaltung nachzukommen, empfiehlt Lea sich vorwiegend pflanzlich zu ernähren, am besten komplett vegan. In ihren Instagram-Beiträgen betont sie regelmäßig, wie wichtig die alltägliche Ernährung für die eigene Gesundheit sei.

„Unser Essen ist das, was wir Tag für Tag am nächsten an uns heranlassen, über die komplette Lebenslinie hinweg. Deswegen sollten wir uns darüber bewusst werden, dass Ernährung sowohl der größte Risikofaktor als auch der größte Schutzfaktor für die Gesundheit sein kann – insbesondere dann, wenn es sich um eine pflanzenbasierte Ernährungsweise handelt 🍷.“ (IG)

Wiederholt schreibt sie von „ernährungsbedingten Krankheiten“, die durch eine vorwiegend pflanzliche Kost behandelt oder gar verhindert werden könnten. „Eine ausgewogene pflanzliche Ernährung ist und bleibt die einzige Ernährungsform, die erwiesenermaßen in der Prävention, Behandlung und Aufhaltung der führenden Todesursachen so überzeugend ist.“

Auch im Interview betont Lea, wie wichtig die alltägliche Ernährung sei. Krankheiten wie Bluthochdruck oder Typ-2-Diabetes seien beispielsweise häufig durch eine ‚falsche‘ Ernährung verursacht. Mit ‚falsch‘ meint meine Gesprächspartnerin, dass jene Menschen zu viele tierische Produkte auf ihren alltäglichen Speiseplan setzten.

„Ernährung [ist] so ein mächtiges Instrument (...), mit dem wir uns entweder gesund halten oder bewusst mehr oder weniger krank machen können. Eben genau die vorhin schon angesprochenen ernährungsassoziierbaren Krankheiten wie Diabetes Typ zwei, Bluthochdruck, metabolisches Syndrom und so weiter [...] was viele Menschen als Krankheitsbild mit sich rumtragen, das muss nicht sein.“ (IV)

Mal indirekt, mal direkter verweist Lea damit auch auf den dem gegenwärtigen Gesundheitsdiskurs inhärenten Aufruf zur Selbstverantwortung, wenn sie, wie oben, von einem ‚erkannten Potenzial‘ spricht. Noch konkreter formuliert Lea den Aspekt der Selbstverantwortung in folgendem Beitrag:

„Jedes geteilte Rezept, jeder Ratschlag für eine ausgewogene Ernährung, all die Empfehlungen für gute Produkte und nicht zuletzt auch die kritischen Hinweise über die Auswirkungen von ungünstigen Lebensmittelentscheidungen sind Einladungen, Verantwortung zu übernehmen. Verantwortung für Tiere, Umwelt und vor allem die eigene

Gesundheit, – denn eine zweite gibt es nicht. Am Ende hängt es von jedem selbst ab, Eigeninitiative und Selbstverantwortung zu übernehmen.“ (IG)

Lea argumentiert hier ganz nach dem Credo: „Wem es nicht gut geht, der ist selbst schuld.“ (Heimerdinger 2008b, 60–61) Mehrfach verwendet sie Formulierungen wie „du hast die Wahl“ oder „Veränderung ist nur eine Entscheidung weit entfernt“. Zwischen den Zeilen schwingt mit, dass all jene, die sich nicht für eine vegane Ernährung begeistern, das Potenzial entweder nicht erkannt haben oder schlichtweg keine Selbstverantwortung übernehmen wollen. Gleichzeitig kommt zum Ausdruck, dass Lea die vegane Nahrung als eine erfolgsverheißende Strategie gesundheitlichen Selbstmanagements, als eine Praktik des ‚gesundheitsfördernden Empowerments‘ (vgl. Bröckling 2004, 55) versteht. In dieser Lesart wird Vegansein zu einer alltäglichen Praktik, um Verantwortung gegenüber dem eigenen Körper und der eigenen Gesundheit zu übernehmen. Sich vegan zu ernähren, wird zu einer aktiven Tätigkeit, mit der Individuen der an sie herangetragenen Gesundheitsverantwortung nicht mehr ohnmächtig gegenüberstehen, sondern mit einer entsprechenden Kompetenz dagegenhalten können.

Leas Selbstporträts können somit als Beleg für die von ihr propagierten gesundheitlichen Vorteile verstanden werden. Da gegenwärtig ein „fitter und schlanker Körper als [...] ideales Gesundheitsobjekt“ (Dimitriou 2019, 82) gilt, sind Leas Selbstaufnahmen, auf denen sie genau diesem Körperideal entspricht, quasi der unmittelbare Beweis für die Wirksamkeit der veganen Esspraktik in Kombination mit sportlicher Aktivität. So posiert die hier Porträtierte beispielsweise mit angespannten Muskeln vor der Kamera oder fotografiert ihren Bizeps, auf dem der tätowierte Schriftzug „Vegan is Love“ prangt.

5.3.7 Die Balance halten

Neben der körperlichen gehört die mentale Gesundheit zu den zentralen Elementen in Leas Instagram-Erzählung. Regelmäßig veröffentlicht sie Beiträge, die sich der Problematik einer zu stark auf Gesundheit fixierten Esspraktik widmen. Rigorosen Verzicht kritisiert sie als problematisch. Nahrungsmitteltabus wie die strikte Vermeidung von raffiniertem Zucker, Öl oder Fertigprodukten könnten das Gegenteil des eigentlichen Ziels ‚Gesundheit‘ bewirken. Wenn die Gedanken zu oft um die tabuisierten Lebensmittel kreisten, so erklärt sie auf Instagram, könne das zu einer psychischen Belastung werden – also zu einer Gefährdung der mentalen Gesundheit. Das durch rigorosen Ausschluss bestimmter Lebensmittel erweckte Verlangen nach den ‚verbotenen‘ Zutaten rufe einen nicht zu gewinnenden „Kampf“ mit sich selbst hervor, der die Lebensqualität spürbar einschränken könne.

Um solch einer Problematik vorzubeugen oder diese zu beheben, empfiehlt Lea ein „intuitives Essverhalten“. Man müsse allerdings die „Balance zwischen Intuition und Verstand“ finden. Auf Instagram schreibt sie dazu:

„[...] intuitives Essen [heißt] NICHT, dass du dein Bewusstsein für eine gesunde, ausgewogene Ernährung aus frischen Lebensmitteln völlig ausschalten solltest. Ich persönlich halte es für wichtig, über ein grundlegendes Ernährungswissen zu verfügen und den Verstand nicht völlig auszuschalten. Wir alle haben nur diesen einen Körper! Permanente Diäten und eine restriktive Ernährung sind Gift für ihn. Genauso nimmt er mittel- und langfristige Schäden von einer Ernährungsweise, die hauptsächlich aus verarbeiteten Lebensmitteln und damit leeren Kalorien ohne ausreichende Vitamin- und Mineralienversorgung besteht.“ (IG)

Für ein gesundes Essverhalten sei eine „balancierte“ Ernährung der Schlüssel. So oder so ähnlich formuliert es Lea immer wieder auf ihrem Profil. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass Leas Beiträge zugleich eine Sichtweise offenbaren, die generell im Konsum tierischer Produkte eine Gefährdung des ‚Gleichgewichts‘ des menschlichen Körpers sieht. Aus dieser Perspektive scheint eine vegane Ernährung besonders dazu geeignet, den Menschen in der Balance zu halten. Wie weiter oben bereits thematisiert, formuliert Lea im Interview, dass es Menschen häufig leichter falle, mit ihren gesundheitlichen Problemen zurechtzukommen (ob mental oder körperlich), wenn sie sich vegan ernährten; das erlebe sie bei ihren Kund*innen immer wieder – hier zeigt sich ein Veganismus-Verständnis, demzufolge die vegane Ernährung eine Esspraktik ist, die den Menschen zurück in die Balance bringt. So verstanden wird der Veganismus zu einem Mittel gegen die im Menschen „tiefsitzende Angst vor dem Verlust des Gleichgewichts“ (Goebel & Zumbusch 2020, 7), indem sie ihn in Balance hält oder wieder in Balance bringt.

Gleichzeitig betont Lea auf ihrem Profil, vor allem in neueren Beiträgen, dass auch bei der Orientierung an einer gesunden veganen Kost stets auf die Balance geachtet werden müsse. Aus Leas Perspektive kann die vegane Kost den Körper zwar in Balance bringen und halten – allerdings gehört zur Ausübung einer gesunden veganen Ernährung die Fähigkeit, selbst die nötige Disziplin aufzubringen und so die Balance zu halten, die nötig ist, um nicht in ein problematisches Essverhalten zu rutschen. Hierbei verweist Lea immer wieder auf ihre eigenen Erfahrungen. Damit stellt Lea ihre persönliche Expertise in diesem Bereich heraus und wirbt sogleich, mal offensiv, mal weniger offensiv, für ihre Tätigkeit als vegane Ernährungsberaterin. Ihren Follower*innen empfiehlt sie, sich nicht alles zu verbieten, sondern sich hin und wieder auch etwas Ungesundes zu erlauben:

„Bedeutet eine wirklich ‚gesunde‘ vegane Ernährung, dass du dich ausschließlich von vollwertig pflanzlichen Lebensmitteln ernährst – frei von raffiniertem Zucker bzw. isolierten Kohlenhydraten, kein Öl zum Kochen/Backen verwendest und auf jegliche Fertigprodukte verzichtest? Das KANN deine Variante sein, mit der du dich wohlfühlst, deinen Ernährungsalltag spielend bewältigst und NICHT das Gefühl hast, auf etwas zu verzichten. Oder traurig auf das gekaufte Eis schaut, das deine Freunde gerade genießen, weil du denkst, das ist ungesund, ich darf das nicht essen ✘. Geht es dir aber genauso und deine Gedanken kreisen sich oft darum, ob du dir auch etwas per Definition "nicht so gesundes" erlauben darfst, weil du Angst hast maßlos zu werden oder dich fürchtest, davon zuzunehmen, dann solltest du diese Angst genau anschauen, denn sie schränkt deine Lebensqualität ein. Du kannst noch so viele tolle Zutaten in deinen Porridge geben, dir den grünsten Smoothie der Welt zubereiten und dein Abendessen immer ausgewogen gestalten, aber wenn du darunter leidest und dein Anspruch an eine gesunde Ernährung deine mentale Gesundheit beeinträchtigt, dann geh los und ändere etwas. Erst wenn du den Kampf mit dir selbst aufgibst, dann kannst du Frieden mit dir und deiner Ernährung finden. Das leckere vegane Magnum im Sonnenschein 🌞, frisch gebackener Kuchen oder eine Pizza beim Italiener 🇮🇹 – wenn du diese Lebensmittel gern isst und du nicht darauf verzichten willst, dann ERLAUBE sie dir. Solange deine Ernährung ein solides Fundament aufweist, tust du deinem Körper bereits so viel Gutes 🙌, die übrigen 20 Prozent 🍷 🍪 🍫 toleriert er. Du wirst spüren, wenn du dir diese Lebensmittel erlaubst, NICHT nur an besonderen Tagen, dann lässt das Verlangen sukzessive nach und du isst plötzlich nicht mehr die ganze Tafel Schokolade oder drei Eis auf einmal, sondern greifst automatisch primär auf frische, natürliche Produkte zurück 🍌 🍌 🍌 🍌 🍌. [...] #plantbased #eatplantsnotfriends [...]" (IG)

Da sämtliche tierische Lebensmittel in Leas Sinnuniversum in die Kategorie „ungesund“ fallen, stellt sich die Frage, ob Lea mit den hier aufgezählten Ausnahmen ausschließlich vegane, aber ungesunde Lebensmittel (hier veganes Eis) oder mit „Pizza vom Italiener“ auch Ausnahmen von der veganen Ernährungsweise meint. Für Letzteres spricht, dass sie dies, zumindest in neueren Posts, ihren Follower*innen als eine Möglichkeit offeriert. Mindestens in einem Beitrag weist Lea explizit darauf hin, dass auch die vegane Ernährung nicht unbedingt strikt durchgehalten werden müsse, wenn das zu einer psychischen Belastung führe. So empfiehlt Lea in einem ihrer neueren Posts: „Lass dich nicht [...] stressen und denk an diese beiden Freiräume: ‚As healthy as possible‘ & ‚as vegan as possible‘“.

5.3.8 Werkzeuge der Überzeugung

Bei der Analyse von Leas Instagram-Profil und im Gespräch fällt auf, dass Lea den Begriff ‚vegan‘ selten verwendet und stattdessen den Begriff ‚pflanzenbasiert‘ nutzt. Im Interview erfrage ich bei Lea, weshalb sie so häufig von pflanzenbasiert spricht. Lea erklärt, dass der Begriff ‚nicht so hart in der Kommunikation‘ sei. Dadurch bekomme sie ‚diesen Vegan-Stempel‘ weniger aufgedrückt. Aus Leas Sicht sei es mit diesem Begriff für sie leichter, nicht-vegane Klient*innen zu akquirieren, das klinge weniger dogmatisch. Der Begriff ‚pflanzenbasiert‘ erscheint für Lea in der Kommunikation mit Nicht-Veganer*innen also weniger problematisch. Betrachtet man Leas gesamtes Instagram-Profil, fällt auf, dass Lea generell vorsichtig mit absoluten Aussagen ist und eher defensiv formuliert. Darunter sind Formulierungen zu verstehen wie, dass sie eine ‚vorwiegend pflanzliche Ernährung empfehle‘ oder, ein bereits genanntes Beispiel, man sich nur ‚as vegan as possible‘ ernähren solle. Dass dieser sanfte Weg der Überzeugung aus Leas Perspektive letztlich die zielführendere Strategie ist, um mehr Menschen von der veganen Ernährung oder einer veganen Lebensweise zu überzeugen, wird im Interview klar.

Wie bereits weiter oben erwähnt, schätzt Lea die vegane Ernährungsweise nicht nur aus gesundheitlichen Gründen, sondern sieht darin auch eine Verbesserung der Situation der Tiere und Umwelt. Im Gespräch mit Lea wurde weiterhin deutlich, dass für meine Gesprächspartnerin die tierethischen Beweggründe eigentlich an erster Stelle stehen, wenn es um die Frage geht, weshalb aus Leas Perspektive mehr Menschen vegan leben sollten. Allerdings sieht sie im Anreiz einer gesundheitlichen Verbesserung oder gar einer gesundheitlichen Optimierung ein wirkmächtigeres Überzeugungsstrategie, als tierethische Diskussionen mit Nicht-Veganer*innen zu führen.

„Damit bekommst du einfach niemanden. Gerade die [Nicht-Veganer*innen] sind oft so abgeschreckt von missionierenden Veganern, haben Vorurteile und wollen diese auch nicht abbauen. Aber in dem Moment, wo du aufzeigst, was ihre Ernährung mit ihnen macht und wie es ihnen besser gehen kann und einfach mal, ohne das groß zu thematisieren ein Essen kochst, was vielleicht Kindheitserinnerungen weckt und denen einfach wirklich gut schmeckt, ohne dass da tierische Produkte drin sind und dass sie auch spüren können, dass es auch ohne geht.“ (IV)

Von den gesundheitlichen Argumenten verspricht sie sich hinsichtlich der Überzeugung anderer mehr, da ‚packe‘ man den Menschen bei seinem Egoismus. Zumindest bei ihren Kund*innen könne sie so dazu beizutragen, den Verzehr tierischer Produkte insgesamt zu senken. „Selbst, wenn sie es nicht für die Tiere machen, sondern eben für sich selbst, bedeutet das

trotzdem, dass der Konsum tierischer Produkte zurückgeht. Der Stimmzettel im Supermarkt bekommt einfach ein anderes Kreuzchen.“ Im Idealfall bemerkten ihre Klient*innen dann „auch die positiven Effekte für sich selbst und auf ihre eigene Gesundheit und vielleicht auch auf ihr Gewissen“. Oftmals ergäbe „sich daraus dann auch eine Dynamik; dass die dann auch doch mal hinterfragen, warum könnte es denn noch nicht gut sein, dass ich tierische Produkte esse?“.

„Deswegen verbindet die Arbeit, also das Ernährungscoaching, mein inneres Interesse zum einen, dass das Tierleid reduziert wird – dass wir das noch erleben können in unserer Generation, dass das ein Ende findet. Und zum anderen, dass die Menschen ein bewussteres und gesünderes Leben führen.“ (IV)

Innerhalb anderer Fallbeispiele dieser Arbeit bestätigt sich Leas Vermutung, dass das Narrativ von den gesundheitlichen Vorteilen einer veganen Ernährung sich eignet, um mehr Menschen zu einer veganen Ernährung zu motivieren. So erzählen Robert, Sophie, Emma und Rebecca in ihren Interviews, dass sie zunächst aus „egoistischen Gründen“, nämlich mit dem Ziel einer gesundheitlichen Selbstoptimierung, mit der veganen Ernährung begonnen hätten.

Nun könnte man bei Lea in diesem Punkt Unaufrichtigkeit oder eine Verschleierung ihrer eigentlichen Beweggründe diagnostizieren. Aus zweierlei Erwägungen erscheint mir das jedoch unangebracht. Zum einen ist Lea davon überzeugt, dass eine ausgewogene pflanzliche Ernährung (nicht jede vegane Ernährung, das betont sie im Interview und auf ihrem Profil mehrfach) die gesündeste Ernährungsweise ist und tierische Produkte grundsätzlich einen hohen gesundheitlichen Risikofaktor bergen. Zum anderen flicht sie den Aspekt der Verantwortung gegenüber der Tier- und Pflanzenwelt, die man als Mensch übernehmen müsse, durchaus in ihr Profil ein, wenn auch seltener:

„Jedes Essen ohne tierische Bestandteile bringt uns einen Schritt näher an eine friedlichere Welt, in der Tiere als feinfühlig, intelligente Lebewesen respektiert werden und nicht länger ein so großer Teil unserer Lebensmittelversorgung sind.“ (IG)

Selbst wenn ihre Klient*innen „nicht für die Tiere“ vegan lebten, sondern aus gesundheitlichen Gründen, sei ein veganer Einkauf ein „Stimmzettel im Supermarkt“. Aus Leas Perspektive trägt die individuelle gesundheitliche Optimierung über den Einkauf immer zu einer gesellschaftlichen Verbesserung bei. Die Motivation der einzelnen Person sei dabei irrelevant, das Ergebnis zähle. Wer sich also aus gesundheitlichen Gründen vegan ernährt, trägt folglich unweigerlich zu einer Weltverbesserung bei (Lea versteht darunter vor allem die Verringerung der Aus-

wirkungen der Massentierhaltung). Wer sich aus ethischen Gründen für eine vegane Ernährung entscheidet, optimiert gleichzeitig die eigene Gesundheit. Selbst- und Weltoptimierung bedingen sich in dieser Einordnung gegenseitig.

Leas Arbeit als vegane Ernährungsberaterin erscheint ihr daher doppelt sinnvoll, weshalb sie diese Tätigkeit „richtig glücklich“ mache. Mit ihrer Arbeit könne sie ein „Bewusstsein schaffen für den Wert der Ernährung“. Sie könne andere Menschen zum Nachdenken darüber anregen, „was wir da täglich in uns reinton“. Das sei eine große „Stellschraube“, die bei ihren Kund*innen meistens „nachzujustieren“ sei.

5.3.9 Umgang mit Nicht-Veganer*innen

In ihrem Job im IT-Consulting-Unternehmen ist Lea die einzige Veganer*in. Im Interview erzählt sie, dass sie deshalb hin und wieder „Sticheleien“ ausgesetzt sei. Mit ihren (ausschließlich männlichen) Kollegen würde sie aufgrund der anhaltenden abschätzigen Kommentare und aus Kostengründen nicht gemeinsam Mittagessen gehen. Spitzen Kommentaren zu ihren selbstmitgebrachten Speisen entgehe sie aber auch damit nicht. Sie müsse sich Sprüche anhören wie: „Wenn du mal wieder Marathon laufen willst, dann musst du auch mal wieder ein Steak essen“, oder „Naja, das sieht jetzt auch aus wie Fleisch, warum musst du das dann essen? Dann kannst du ja auch richtiges Fleisch essen.“ Im Interview verdreht Lea an dieser Stelle die Augen. Gemeinsam lachen wir über die Kommentare ihrer Kollegen.

Auf die Praktik des gemeinsamen Lachens verweise ich hier, da ich sie als anschaulichen Hinweis verstehe, um auf die gesamte Stimmung während des Interviews hinzuweisen. Mir als Interviewerin wurde an dieser Stelle des Gesprächs besonders deutlich, dass mich Lea zum Zeitpunkt des Interviews als eine Art Verbündete wahrnahm, wie die meisten meiner Gesprächspartner*innen. Weiterhin verdeutlicht die beschriebene Situation, dass ich Leas alltägliche Erfahrungen als Veganerin in wesentlichen Punkten teile. Wir beide lachen gemeinsam aufgrund eines ähnlichen Erfahrungsschatzes. Die ‚kohäsive Funktion des Lachens‘ wiederum stärkt das ohnehin bestehende Gefühl der Gemeinschaft weiter (vgl. Heimerdinger 2016, 159). Wie das Interview verlaufen wäre, wenn Lea einer nicht vegan lebenden Person gegenübergesessen hätte, kann ich nur vermuten. Im ungünstigsten Fall wäre ein Gespräch schlichtweg nicht zustande gekommen – oder es wäre bloß der beschriebene Moment des gemeinsamen ‚Darüber-Lachens‘ ausgeblieben. Für das von mir durchgeführte Interview lässt sich festhalten, dass durch den gemeinsamen Erfahrungsschatz ein sehr vertrautes Gespräch gegeben war. Die persönliche Atmosphäre regte Lea, zumindest nach meinem Empfinden, zu aufrichtigen Schilderungen an. Ähnliche Erfahrungen machte ich mit anderen Gesprächspartner*innen. Auch wenn

die meinerseits empfundene Aufrichtigkeit und Offenheit von Interview zu Interview variierte, schien das Wissen darum, von einer Veganerin befragt zu werden, immer einen Vertrauensvorschuss zu gewähren.

Anhand dieses Punktes möchte ich noch eine weitere, darauf aufbauende Beobachtung teilen, die zu Strategien überleitet, die die befragten Veganer*innen gegenüber Nicht-Veganer*innen an den Tag legen. Meiner Einschätzung nach lässt die von mir durchgeführte Feldforschung den Schluss zu, dass Veganer*innen im Gespräch mit Nicht-Veganer*innen gelernt haben, eine gewisse Vorsicht an den Tag zu legen. Ihre Aussagen wählen sie stets mit Bedacht. Die vor allem im analogen Alltag gemachten Erfahrungen mit Nicht-Veganer*innen, die häufig zu unangenehmen sozialen Situationen führen, haben die Befragten gelehrt, erst einmal vorsichtig die Einstellung des*der jeweiligen Gesprächspartner*in gegenüber dem Veganismus auszuloten.⁶²

Eine alternative Strategie zur expliziten Auslotung der Position des Gegenübers ist, den eigenen Veganismus oder die Thematisierung der veganen Ernährungsweise im Gespräch bewusst zu vermeiden, solange dies möglich ist. Überzeugungsversuche werden im analogen Raum in der Regel nur gezielt oder im Anschluss an entsprechende Nachfragen eingeleitet. Anhand der Feldforschung ist darüber hinaus der Schluss möglich, dass die Porträtierten ihre Überzeugungsversuche in den virtuellen Raum auslagern. Das Instagram-Publikum, das den Profilen der hier Porträtierten folgt, wird in der Regel als eher „vegan-interessiert“ eingestuft (genauere Ausführungen dazu finden sich in dieser Arbeit vor allem im Fallbeispiel Theresa) – die Überzeugungsversuche scheinen folglich auf fruchtbareren Boden zu fallen als im analogen Raum.

5.4 Hanna, die Gesundheitsqueen

„Animals are friends, no food.“

Hanna beschreibt sich auf ihrem Instagram-Profil als „Animal Rights Activist“ und „Anti-Speciesist“. Sie sei ein „healthy foodie“ und lebe „sugarfree, wheat-free, vegan“. Für ihr Profil fotografiert sie hauptsächlich Speisen, meist von oben. Ergänzend stellt sie im Bildtext die von ihr selbst kreierte Rezepte zur Verfügung. Dazwischen finden sich hin und wieder

⁶² Diese Auslotung zeigte sich nicht zuletzt darin, dass die hier Porträtierten vor der Zusage zu einem Interviewtermin erfragten, ob ich vegan lebe (woraufhin ich in den letzten Interviewanfragen diesen Aspekt direkt in meine E-Mail-Anfrage integrierte).

Selbstaufnahmen, auf denen sich Hanna in Yogaposen zeigt, im ‚Statement-Shirt‘ posiert, Schweine streichelt oder üppig beladene Teller in die Kamera hält. Im Vergleich zu den anderen analysierten Instagram-Profilen erscheint Hannas Account, ähnlich wie der von Theresa, weniger ‚inszeniert‘. Die Fotografien wirken nicht wie minutiös arrangierte Stillleben, sondern spontaner und sind höchstens mit den gängigen Instagram-Filtern nachbearbeitet. Unter den hochgeladenen Bildern finden sich Texte unterschiedlicher Längen. Darin erzählt Hanna von alltäglichen Erlebnissen, welche Gedanken sie beschäftigen und weshalb es sich lohne, vegan zu leben – im Laufe des Beobachtungszeitraums nimmt Hannas Postingfrequenz jedoch immer weiter ab.

5.4.1 Bei Kaffee und Kuchen

Zu unserem Interviewtermin lädt mich Hanna in ihre kleine Wohngemeinschaft in Frankfurt am Main ein. Sie öffnet die Tür und begrüßt mich herzlich. Ihre Mitbewohnerin scheint nicht zu Hause zu sein. Hanna leitet mich in eine gemütliche Küche, dort hat sie frisch gebackenen Kuchen und Brot bereitgestellt. Beides habe sie extra für meinen Besuch zubereitet. Alles sei vegan, zucker- und glutenfrei. Mit einer frischen Tasse Kaffee setzen wir uns gegenüber an den Küchentisch. Die Atmosphäre wirkt auf mich entspannt und Hanna ist mir auf Anhieb sympathisch. Das aufgetischte Gebäck erlaubt uns einen ungezwungenen Gesprächseinstieg. Ich frage nach, wie sie Kuchen und Brot zubereitet habe. Wir unterhalten uns ein wenig über Hannas Backkünste, dann bitte ich meine Gesprächspartnerin darum, erst einmal ein bisschen über sich selbst zu erzählen.

Zum Zeitpunkt unseres Interviews ist Hanna 29 Jahre alt und arbeitet als Lehrerin für Menschen mit geistiger Behinderung. Ursprünglich kommt sie aus Marburg, doch für ihren Beruf ist sie vor einigen Jahren nach Frankfurt am Main gezogen. Bezugspersonen in der neuen Stadt hatte sie zunächst kaum. Da sie zu diesem Zeitpunkt bereits vegan lebte, beschließt Hanna regelmäßig an einem Frankfurter veganen Stammtisch teilzunehmen, in der Hoffnung dort neue Bekanntschaften zu schließen. Ihre Erwartungen werden erfüllt. Hanna erzählt im Interview weiter, dass sie über diese Treffen ihren ersten Zugang zur Thematik der Tierrechte gefunden habe. Dass ich einer Tierrechtsaktivistin gegenüber sitze, erfahre ich erst in diesem Moment. Vor unserem Interviewtermin beschrieb sich Hanna auf ihrem Profil noch nicht wie eingangs zitiert als „Animal Rights Activist“. Deshalb interessiert mich in der Interviewsituation ihr Aktivismus besonders. Dennoch lenke ich das Interview zurück zu den Anfängen ihres Veganismus, um den biografischen Zusammenhang nicht zu übergehen.

5.4.2 Vom Leidensdruck zur Schmerzfreiheit

Hanna erzählt, dass sie zunächst lange Jahre Vegetarierin gewesen sei. Als Schlüsselerlebnis nennt sie ein Praktikum bei einem Landtierarzt, das sie im Alter von zehn Jahren absolvierte. Damals sei das ihr „absoluter Berufswunsch“ gewesen. Tieren habe sie schon immer helfen wollen.

„Meine erste Tätigkeit war, dass ich dem Tierarzt Ferkel anreichen musste zum Kastrieren und die wurden ohne Betäubung kastriert. Die haben so gequitscht und wurden danach einfach wieder zurückgeworfen. Ja, und ich weiß noch, wie ich dann am Abend heim bin und gesagt habe: ‚Mama, ich esse nie wieder Fleisch!‘ und das habe ich dann auch durchgezogen.“ (IV)

Zur veganen Ernährung habe sie tatsächlich erst über den Umweg einer Erkrankung gefunden. Hanna erklärt, dass sie als Kind an Arthrose erkrankte. „Das war Arthrose in der Hüfte durch eine Fehloperation in der Kindheit. Richtig ätzend.“ Über die Jahre lässt sie insgesamt elf Operationen über sich ergehen, um ihre Schmerzen zu lindern, doch das habe „alles nichts gebracht“. Im Studium hätten ihre Beschwerden überhandgenommen. Vor Schmerzen habe sie im Grunde nicht mehr richtig arbeiten oder studieren können. Manchmal seien die Schmerzen so intensiv geworden, dass sie sogar den Vorlesungsraum mitten in einer Vorlesung habe verlassen müssen. Doch weitere Operationen kamen für Hanna nicht infrage. Sie habe „keinen Bock“ mehr auf Ärzt*innen gehabt – die hätten ihr „ja auch nicht so richtig helfen können“. Machtlos, da sie trotz unterschiedlicher medizinischer Behandlungen keine Besserung ihres körperlichen Zustands findet, suchte Hanna nach alternativen Behandlungsmethoden.

Über eine Bekannte, die an Arthrose in der Schulter leidet und zwecks Behandlung ihr Essverhalten umgestellt habe, sei Hannas Aufmerksamkeit auf das Thema Ernährung gelenkt worden. Davor habe sie sich nicht sonderlich für (gesunde) Ernährung interessiert. Hanna liest sich nun in die Thematik ‚Ernährung als Medizin‘ ein. Aufgrund ihres Leidensdrucks sei Hanna bereit gewesen, solch eine strikte Diät als Behandlungsmethode auszuprobieren – damals habe sie gedacht: „Verlieren kann ich nichts.“ 2014 entscheidet sie sich für eine weizen- und zuckerfreie sowie vegane Ernährung, in der Hoffnung, ihre Arthrose dadurch einzudämmen.

„Ich glaube, dir muss es richtig schlecht gehen, damit du so krass verzichtest. [...] Ich weiß noch, mein erstes Brot, was ich dann ohne Weizen essen konnte, das konntest du nicht kaufen, das heißt, ich musste das alles selbst machen.“ (IV)

Trotz des vielfachen Verzichts und des höheren Aufwands, sich sämtliche Speisen selbst zuzubereiten und teilweise erst einmal eigene Rezepte zu entwickeln – damals habe es an entsprechenden Fertigprodukten gemangelt – beschreibt Hanna ihre Ernährungsweise im Interview rückblickend als positiv: Als immer weniger Schmerzen ihren Körper plagten, sei das „richtig schön“ gewesen. Nach ein paar Monaten habe sie sogar die Schmerztabletten absetzen können. „Seit ich denken kann, hatte ich Physiotherapie, immer wieder Operationen. Auf einmal hatte ich das halt alles nicht mehr und dann ging es mir auf einmal richtig gut.“ Heute sei sie schmerzfrei und könne sogar wieder Sport treiben.

Für Hanna ist ihre Erfahrung eindeutig. In der veganen, zucker- und glutenfreien Ernährungsweise hat sie für sich eine Linderungsstrategie gefunden, die ihr die ‚Schulmedizin‘ nicht hat bieten können – den zahlreichen Operationen spricht Hanna keine sonderlich hilfreiche Wirkung zu.

5.4.3 Auf die Welle aufspringen

Als Hanna merkt, wie sich ihr körperlicher Zustand allmählich bessert, entschließt sie sich auf Anraten ihrer Schwester, ihre Geschichte in einem Blog zu veröffentlichen und ihre eigens entwickelten Rezepte dort zu teilen.

„Als ich irgendwann voll die Erfolge gemerkt habe, dann habe ich mir gedacht, jetzt machst du auch was draus. Und dann habe ich angefangen, das zu veröffentlichen, also meine Rezepte aufzuschreiben und so. [...] Das war so mein Weg und den wollte ich irgendwie auch nach außen zeigen. [...] und zeigen, dass dieses gesunde, vegane auch lecker sein kann.“ (IV)

Hanna möchte ihre positiven Erfahrungen mit anderen Menschen teilen, anderen von Arthrose Geplagten zur Schmerzfreiheit verhelfen. Verknüpft ist diese Motivation zum damaligen Zeitpunkt mit der Hoffnung, vielleicht sogar einmal ihren Lebensunterhalt damit verdienen zu können. „Ich hatte damals so ein bisschen die Hoffnung, vielleicht kann ich da was draus machen, also was Größeres, vielleicht mal ein Kochbuch schreiben.“ Um mehr Menschen auf ihren Blog aufmerksam zu machen, eröffnet sie kurze Zeit später ein Instagram-Profil. Bei der Gestaltung ihres Profils orientiert sie sich bewusst „an den Großen“ Instagram-Accounts, die deutlich mehr Reichweite haben als Hannas Profil. Anfangs verfasst sie beispielsweise ihre Bilduntertexte in deutscher und englischer Sprache und versucht bewusst die ästhetische Bildsprache zu imitieren.

Mit dem Wissen um ihre Vorgeschichte fällt auf, dass Hannas früheres ‚krankes Selbst‘ auf ihrem Profil so gut wie keinen Platz findet. Aus Hannas Sicht, so erläutert sie im Interview, passe ihre Krankheitsgeschichte nicht zu ihrem Selbstentwurf auf Instagram. Dort habe sie sich nämlich als „Gesundheitsqueen“ inszeniert. Obwohl sich ‚dramatische Geschichten‘ im Netz zur Gewinnung von Aufmerksamkeit eignen (vgl. Pörksen & Detel 2012, 134), nutzt Hanna dieses Potenzial, zumindest auf Instagram, nicht. Im Interview frage ich, weshalb sie diesen Aspekt auf ihrem Instagram-Profil ausspart. Sie erklärt, dass sie ihr Profil hauptsächlich nutzen wolle, um ihre veganen Koch- und Backfähigkeiten zu bewerben. Außerdem ließe sich ihre Arthrose „auf Instagram nicht so darstellen. Okay, du könntest lange Texte schreiben, aber das fand ich irgendwie leichter, das im Blog zu verfassen.“ Außerdem sei Instagram „für schöne Dinge“, und ihre Krankheitsgeschichte sei „irgendwo etwas Trauriges.“

Als ich bei Hanna erneut nachhake, wird klar, dass sie ihre ursprünglichen Beweggründe zum Zeitpunkt des Interviews nicht mehr genau erinnert und nachvollziehen kann. Deutlich wird mir an dieser Stelle des Interviews auch, dass Hanna die abstrakte Auseinandersetzung mit Instagram als Medium weniger spannend findet als andere Interviewpartner*innen. Sie versucht ihrer Erzählung einen anderen Schwerpunkt zu geben. So fallen ihre Antworten zur Plattform eher kürzer aus, auch ihre Körpersprache ist zurückhaltender. Beim Thema Tierrechtsaktivismus ist ihre Körpersprache hingegen deutlich energetischer. Auf ihrem Instagram-Profil zeichnet sich diese Schwerpunktverschiebung ebenso ab – sowohl hinsichtlich der von ihr veröffentlichten Texte, in denen gegen Ende nicht mehr nur der Gesundheitsaspekt vorkommt, als auch hinsichtlich der immer seltener werdenden Uploads. Im Interview frage ich sie nach den Gründen dafür, dass sie inzwischen kaum mehr eigene Beiträge hochlädt. Hanna erklärt, dass ihr Selbstentwurf als „Gesundheitsqueen“ heute nicht mehr so gut zu ihr passe – heute sehe Hanne ihre Antriebsfeder primär im Mitleid mit den Tieren und da verspreche sie sich von ihrem Aktivismus auf der Straße wesentlich mehr.

5.4.4 Eine neue Leidenschaft

Wie eingangs erwähnt, nahm Hanna nach ihrem Umzug nach Frankfurt am Main regelmäßig am veganen Stammtisch teil, um Kontakte in der für sie neuen Stadt zu knüpfen. In den abendlichen Gesprächen geht es unter anderem um Tierschutz und Tierrechte. Auch in ihrer sonstigen Freizeit fängt Hanna an, sich stärker mit Tierrechtsdiskursen auseinanderzusetzen. Allmählich findet sie den Stammtisch „zu öde“. „Nur mit den Leuten zu essen“, das reichte ihr nicht mehr.

„Ich wollte irgendwie was Produktives machen und wusste aber nicht, was geht. Und dann habe ich zufällig mal, als ich durch die Stadt bin, ‚Anonymous for the Voiceless‘⁶³ gesehen. Kennst du das? Die haben immer so Masken auf und tragen Laptops. Bei denen bin ich jetzt nicht mehr, aber durch die bin auch an Tierrechtsaktivismus gekommen. Dann habe ich da gefragt, ob ich mitmachen kann und bin sofort dageblieben. Ich wurde da total herzlich aufgenommen. Das war damals ein sechsstündiger Cube⁶⁴. Da stehst du wirklich sechs Stunden mit deinem Laptop, oder du bist im outreach⁶⁵ und erzählst den Leuten, auf der Zeil war das, was in den Videos [mit den Tieren in Massentierhaltungen, Pharmaindustrie etc.] passiert.“ (IV)

Zum Zeitpunkt des Interviews engagiert sich Hanna bereits seit mehreren Jahren für Tierrechte. Mittlerweile sei das für sie „einfach viel, viel wichtiger geworden als andere Hobbys. Ich bezeichne das jetzt nicht als Hobby oder Pflicht, sondern irgendwie als ein Must-do.“ Auch um den Preis regelmäßiger Konflikte oder der sozialen Stigmatisierung geht sie mehrfach die Woche auf die Straße und entwickelt „Aktivismus-Pläne“ mit ihren Freund*innen aus der Tierrechtszene. Um andere Menschen auf die Problematiken im Umgang mit Tieren aufmerksam zu machen, stellt sich Hanna beispielsweise mit von ihr selbstgestalteten Plakaten in Restaurants.

„Da steht dann zum Beispiel drauf: ‚Schweine eingepfercht‘ und darunter steht: ‚Egal ob Metzger des Vertrauens oder Massentierhaltung, Tiere werden immer gegen ihren

⁶³ Die Tierrechtsorganisation *Anonymous for the Voiceless* veröffentlicht auf ihrer Homepage folgende Beschreibung: „Anonymous for the Voiceless (AV) is an animal rights organisation specialising in edifying the public on the streets with Cubes of Truth and fostering highly effective activism groups worldwide. We hold an abolitionist stance against all forms of non-human animal exploitation and promote a clear and direct animal rights message.“ (Anonymous for the Voiceless 2022).

⁶⁴ „The Cube team is the non-interactive part of the Cube of Truth. Wearing one of the highly recognizable Anonymous masks, each person in the Cube holds either one of our TRUTH signs or a device that plays graphic and powerful footage of animal exploitation. The volunteers who make up the Cube team remain silent and statuesque for the duration they are in the Cube, resulting in a compelling and eye-catching static art piece. Members of the public approach in order to learn the truth about how non-human animals are enslaved at the hands of humans worldwide.“ (Anonymous for the Voiceless 2022).

⁶⁵ „The outreach team of an AV Cube engages with the public by asking interested onlookers questions about the footage they are looking at. The footage shown and the outreach in our helps bring the power of change back to the individual, shedding light from the victim’s point of view. The outreach team edifies bystanders to open their minds about what they are responsible for. Our outreach teams are equipped with resources and the training to initiate and carry out these hardline discussions.“ (ebd.)

Willen getötet.‘ Damit stell ich mich dann in ein Restaurant rein, bis ich rausgeschmissen werde.“ (IV)

Mit anderen Tierrechtsaktivist*innen zusammen steht Hanna regelmäßig auf öffentlichen Plätzen in sogenannten „Silent Lines [...] Da stehen wir dann mit 20 bis 30 Leuten vor einem Steakhaus und halten Plakate hoch und manchmal lesen wir auch Texte oder chanten gemeinsam.“

Primäre Antriebsfeder für ihren Aktivismus und Veganismus sei heute das Mitleid oder Mitgefühl mit den Tieren, so erklärt sie im Interview. Ethisch könne sie es nicht mehr mit ihren Wertvorstellungen vereinbaren, tierische Produkte zu konsumieren. Wie in anderen Fallbeispielen bereits beobachtet, spiegelt sich in Hannas Fall eine Verantwortungsethik, die den alltäglichen (Ess-)Entscheidungen moralisches Gewicht verleiht. Die gesündere Ernährung wäre demnach für Hanna inzwischen höchstens ein willkommener Nebeneffekt, aber nicht mehr die primäre Motivation.

Da Hanna zum Zeitpunkt des Interviews schmerzfrei ist, strebt sie nicht mehr nach einer weiteren Verbesserung ihres Gesundheitszustands. Ihre vegane, zucker- und glutenfreie Ernährungsweise dient vielmehr der Erhaltung ihrer bereits erreichten Schmerzfreiheit. Deshalb mache sie bei ihrer zucker- und glutenfreien Ernährung hin und wieder auch Ausnahmen, bei ihrer veganen Ernährung sei sie hingegen strikt. Hanna unterstreicht damit im Interview, dass es ihr heute primär um das Wohl der Tiere gehe – die Ausnahmen in ihrer zucker- und glutenfreien Ernährung dienen als ‚Beweis‘ dafür, dass gesundheitliche Beweggründe zweitrangig sind.

Wie auch in anderen Fallbeispielen fällt auf, dass sich Hannas Beweggründe für ihre vegane Lebensweise im biografischen Verlauf stark wandeln. Den Einstieg in die vegane Ernährung findet sie aus gesundheitlichen Gründen. Mit Erreichung eines schmerzfreien Zustands verliert sich in Hannas Fall die kurative Einstiegsmotivation oder wandelt sich, wenn überhaupt, in eine präventive Motivation. Stattdessen rückt nun die ‚ethische Motivation‘ und das Gefühl, mit der veganen Lebensweise moralisch richtig zu handeln, in den Vordergrund. Das ‚moralische Element‘ bekommt solch eine enorme Bedeutung, dass es für Hanna, ähnlich wie für Theresa und Robert, zu einer Art moralischer Notwendigkeit wird, einen veganen Lebensstil zu propagieren. Die bloße Änderung des eigenen Konsumverhaltens erscheint ihr nicht ausreichend. Untätig zu bleiben ist aus Hannas Sicht unmoralisch, und bloßes Zuschauen kommt für sie nicht infrage – man dürfe sich mit den Gegebenheiten nicht abfinden.

Ein Unterschied zwischen Hanna und den anderen Porträtierten liegt darin, dass Hanna für die Verbreitung der veganen Lebensweise die Plattform Instagram als nicht sonderlich geeignet erachtet. Der aus ihrer Sicht notwendige zeitliche Aufwand als ‚Nicht-Influencer*in‘ für die

Plattform ist, im Vergleich zu der eher geringen Anzahl an Menschen, die sie dort erreicht, ihres Erachtens zu hoch. „So Leute, die damit gar nichts am Hut haben“, erreiche man über Instagram nicht. In ihren aktivistischen Bemühungen für Tierrechte sieht sie ein deutlich größeres Potenzial, um mehr Personen zu einer veganen Lebensweise zu bewegen. Aus Hannas Perspektive treibt sie mit ihrem Protest auf der Straße die aus ihrer Sicht gesellschaftlich notwendige Änderung am effektivsten voran. Im Vergleich mit den anderen Fallbeispielen sticht Hannas Perspektive hervor, da sie sich aktiv aus dem digitalen Raum herausbegibt, hinein in die persönliche Konfrontation – anders als meine anderen Interviewpartner*innen, die sich aufgrund der ihnen entgegengebrachten Kritik mit ihren Aufklärungsversuchen aus dem analogen Raum mehr und mehr zurückziehen.

Auch die Arbeit mit Schreckensbildern, wie sie in Kampagnen von Tierrechtsorganisationen seit Langem etabliert sind, aber auf den ästhetischen Instagram-Profilen meiner Interviewpartner*innen keinen Platz finden, erachtet Hanna als sinnvoll. Deshalb treffe sie sich regelmäßig im analogen Raum mit anderen Tierrechtsaktivist*innen zu sogenannten „Cubes“. „Da stehen wir mit Laptops und mit richtig großen Bildschirmen, da laufen dann Videos ab und wir klären vorbeikommende Leute auf.“ Positives Vorleben sei zwar auch eine Möglichkeit, um eine Änderung im Umgang mit Tieren zu bewirken, doch die aktive Aufklärungsarbeit auf der Straße sei wirkmächtiger. Es brauche den Widerspruch auf der Straße, um auch ‚nicht-Interessierte‘ zu erreichen und zu Verhaltensänderungen zu bewegen.

Wie wichtig Hanna ihre Überzeugungsarbeit ist, wird auch daran deutlich, dass sie mich gegen Ende des Interviews fragt, inwieweit ich mit Nicht-Veganer*innen über die „katastrophalen“ Bedingungen der Massentierhaltung und den Verzehr tierischer Produkte diskutieren würde. Ich antworte, dass ich mich in dieser Hinsicht im Freundes- und Familienkreis bewusst zurückhalte. Daraufhin versucht mich Hanna zu motivieren, zukünftig häufiger mit Nicht-Veganer*innen über den Umgang mit Tieren zu diskutieren und dadurch mehr Menschen zum Nachdenken zu bewegen. Sie gibt mir sogar einen Zettel mit Links sowie anderen Hinweisen auf Quellen in die Hand, die ich wiederum anderen Personen zu Informationszwecken nennen könne.

5.4.5 Interessenverschiebung

Hannas soeben skizzierte Interessensverschiebung zeichnet sich auch auf ihrem Instagram-Profil ab. So geht es in Hannas Instagram-Beiträgen nicht mehr ausschließlich um gesunde vegane Rezepte oder ihre gesunde Lebensweise. Zumindest in einzelnen Posts versucht sie ihre Follo-

wer*innen dazu zu motivieren, den aus ihrer Sicht problematischen Umgang mit Tieren zu überdenken.

Auf einer Fotografie ist Hanna in einem geräumigen Stall zu sehen, ihr Gesicht schmiegt sie an das gefleckte Fell eines Wollschweins, einen Arm hat sie um das Schwein gelegt. Darunter schreibt sie:

„Das ist Boris, alle finden ihn total süß, aber beim Abendessen ist das vergessen... ‚Unterschiede‘ zwischen verschiedenen Spezies sind vom Menschen gemacht. Menschen die Hunde halten, aber andere Tiere essen (und dann noch darüber urteilen, dass in anderen Kulturen Hunde gegessen werden) müssen einfach nur anfangen logisch darüber nachzudenken... tierlieb bist du erst, wenn du zu allen Tieren lieb bist 😊 [...] #loveanimals [...] #govegan [...] #veganfürdietiere [...] #gegentierleid“ (IG)

Hanna verweist damit indirekt auf die Theorie des Speziesismus. Danach ist der Umgang mit Tieren eine dem Rassismus strukturell ähnliche und unhaltbare Form von Diskriminierung. Dass Hanna zwischen Menschen und Schweinen, oder sämtlichen Nutztieren, keinen Unterschied macht, bringt sie auch bildsprachlich zum Ausdruck. Indem sie das Schwein freundschaftlich umarmt und mit ihm in die Kamera blickt, kann als Geste der Solidarität gedeutet werden – Freunde isst man nicht, so ein mögliche Bildinterpretation. Im Bildtext führt Hanna weiter aus, all jene, die zu einem Haustier eine Bindung aufgebaut hätten, bräuchten „nur logisch darüber nachzudenken“. Tierprodukte zu boykottieren sei, so Hanna, eine logische Konsequenz, wenn man sich vergegenwärtigen würde, dass Tiere – genau wie Menschen – fühlende Lebewesen seien, die nicht nur Schmerz, sondern auch Lebensfreude empfinden können. Ihre vegane Lebensweise weist sie damit als angemessenes und folgerichtiges Verhalten aus – Nicht-Veganer*innen wirft sie hingegen fehlendes logisches Denken vor. Sie selbst tritt dadurch aus ihrer Erzählung als eine souveräne Person hervor, die den inhärenten Speziesismus der Gesellschaft erfolgreich dekonstruiert und überwunden hat.

Beispielhaft sei nun noch ein weiterer Instagram-Post angeführt: Hanna blickt lächelnd auf einen mit rosafarbener Glasur überzogenen Kuchen, den sie vor sich in die Kamera hält. Auf dem Bild findet sich ein rosafarbener Schriftzug: „Veganism saved me from my own ignorance.“ Unter dem Bild veröffentlicht Hanna folgenden Text:

„Ich wollte mit dem Zitat zum Ausdruck bringen, wie wahnsinnig froh und dankbar ich bin, dass ich es geschafft habe, die Wahrheit zu erkennen und mich von der Gehirnwäsche zu befreien. Es ist sooo schwierig, wenn einem das Umfeld und die Gesellschaft

jeden Tag zu 99,9 % suggeriert, dass es das Normalste der Welt ist, Tiere auszubeuten, zu schlachten und zu essen. So bin ich aufgewaschen und bis zu meinem 13. Lebensjahr habe ich es geglaubt. Es war normal für mich mein Häschen liebevoll zu umsorgen und abends Salamibrot zu essen. Ich bin so froh, dass ich diese Perversion so früh erkannt habe, aber so traurig, dass ich erst so spät zu der Einsicht gekommen bin, dass die Konsequenz nicht Vegetarismus, sondern Veganismus lautet. Mit jeder Flasche Milch kauft man auch Kalbfleisch, mit jedem Ei ein geschreddertes oder vergastem Küken. Ich habe so große Hoffnung, dass sich zukünftig noch viele andere Menschen von ihrer eigenen Ignoranz befreien! Ich merke gerade viel Bewegung und das gibt so viel Hoffnung. Ich habe so viele Freunde und Bekannte, bei denen ich beobachte, dass sie nur noch den entscheidenden Schritt gehen müssten, weil sie eigentlich schon alles verstanden haben.“ (IG)

Indem Hanna zwischen ihrem früheren Selbst und ihrem aktuellen „von der Gehirnwäsche befreiten“ Selbst unterscheidet, nutzt sie das Erzählmuster des Vergleichens (vgl. Gerndt 2016, 28–34). Ihre nicht-vegane Vergangenheit lässt sich mit Rebecca Thrun als Kontrastfolie interpretieren (vgl. Thrun 2020, 149) und als Abgrenzung von ihrer überwundenen Selbstpositionierung, die sie von ihrem heutigen Standpunkt aus als ignorant beschreibt. Indirekt vergleicht Hanna sich aber nicht nur mit ihrem früheren ‚Selbst‘, sondern vergleicht auch ihr heutiges von ‚der Gehirnwäsche befreites‘ Selbst mit allen Nicht-Veganer*innen, die sich (noch) nicht aus ‚ihrer eigenen Ignoranz befrei[t]‘ hätten. Geradezu stereotypisch erfüllt Hannas Erzählung damit die Funktion einer Vergleichsgeschichte; nämlich, dass Hanna selbst aus ihrer Erzählung als souveräne Person hervorgeht, im Gegensatz zu all jenen, die noch nicht den „entscheidenden Schritt“ gegangen sind. Das von der Norm abweichende Vegane wird, wenn man die Perversion oder den Speziesismus erst einmal erkannt hat, zu einer logischen Konsequenz – so Hannas Perspektive.

Hannas zitierte Instagram-Erzählungen dienen also nicht nur der Überzeugungsarbeit gegenüber Dritten, sondern auch der Darstellung ihrer eigenen Persönlichkeitsentwicklung. Von dem gesellschaftlich regelhaften ‚Normalen‘ – das in Hannas Sinnuniversum eine zu dekonstruierende ‚Perversion‘ ist – hat sie sich, so eine Lesart ihres obenstehenden Instagram-Textes, weiterentwickelt zu einem ‚selbstbestimmten‘ Menschen, der die ‚Gehirnwäsche‘ durchschaut und eine moralisch wertvollere Reflexions- und Handlungsebene erreicht hat.

5.4.6 An der Welle scheitern

Obwohl Hanna auf ihrem Profil als „Gesundheitsqueen“ anfängt, hin und wieder auch aus tierethischer Perspektive für den Veganismus zu werben, fühlt sie sich zunehmend von ihrem virtuellen Selbstentwurf eingeschränkt. Im Interview erzählt sie: „Ich kann da nicht alles posten, was ich will, sondern muss da die Person sein, die ich da im Profil beschreibe. [...] Das ist wirklich nur eine kleine Facette von dem, was man ist.“ Junkfood teile sie beispielsweise grundsätzlich nicht auf ihrem Account oder wie sie „faul auf dem Sofa“ liege. Vermehrt empfindet Hanna die Bespielung ihres eigenen Profils als „Zeitfresser“, besonders rückblickend: Als sie noch versucht habe, regelmäßig neue Beiträge hochzuladen, sei das mit „viel Zeitaufwand“ einhergegangen. „Das unterschätzt man echt, bis man so ein schönes Foto hinbekommt [...] und der Text und die passenden Hashtags dauerten ewig.“ Zusätzlich verbrachte Hanna viele Stunden damit, auf anderen Profilen Likes zu verteilen und bei sogenannten Influencer*innen regelmäßig Kommentare zu schreiben. Sie versuchte sich explizit an einer systematischen Reichweitensteigerung, damals motiviert durch ihren vagen Traum, vielleicht einmal via Instagram erfolgreiche Kochbuchautorin zu werden. Letztendlich habe es nicht gereicht, so erzählt sie schulterzuckend.

„Ich habe es nicht geschafft, auf diese Welle aufzuspringen und da ein Geschäft draus zu machen. Das haben ja viele gemacht, dass sie jeden Tag gepostet haben und die können jetzt davon leben. [...] aber irgendwann war es mir zu aufwendig. Ich wollte halt auch, dass meine Rezepte wirklich gut sind, wenn ich die veröffentliche und das war dann manchmal schon ein bisschen stressig, etwas Neues zu erfinden.“ (IV)

Auffällig an Hannas Erzählung ist, dass sie für die Beschreibung ihres Profils als ‚Gesundheitsqueen‘ vorwiegend die Vergangenheitsform wählt. Eine mögliche Deutung ist, dass sie bewusst die Vergangenheitsform nutzt, da sie sich zum Zeitpunkt des Interviews mit ihrem Instagram-Profil nicht mehr identifizieren kann. Im Interview rechtfertigt Hanna überdies noch, weshalb sie nicht mehr bereit war, tägliche Zeit in die Plattform zu investieren. Ihr Lehramtsreferendariat habe damals zunehmend Raum eingenommen. Allein nervlich habe sie es irgendwann nicht mehr geschafft, täglich Zeit für ihr Instagram-Profil aufzuwenden. Außerdem würde sie sich zu sehr in der Plattform „verlieren“, sie werde regelrecht „süchtig danach“.

„Negativ ist, dass du halt sehr süchtig danach wirst und auch merkst, dass du diese Bilder sehen musst, aber gar nicht richtig hinschaust und einfach ganz viel runterscrollst und

likest. Ich könnte jetzt gar nicht mehr sagen, was habe ich heute schon für Bilder gesehen. Also es bleibt wenig im Kopf, tatsächlich, weil es einfach zu viel ist.“ (IV)

Das „Regime der Visibilität“ (Reichert 2008b, 213) scheint in Hannas Kosten-Nutzen-Abwägung als zu teuer. Zunehmend empfindet sie es als lästig, den immanenten Aufforderungen der Plattform nachzukommen, ihrem eigenen Profil kann sie immer weniger abgewinnen.

Ihre Erzählung im Interview spiegelt sich auch auf ihrem Instagram-Profil, da Hanna schon vor unserem Gespräch immer seltener eigene Posts auf Instagram veröffentlicht. Im Interview wird klar, dass sich ihre anfängliche Begeisterung nicht nur wegen des hohen Zeitaufwands verflüchtigt. Ihre Motivation für ihr Instagram-Profil versiegt nämlich zunehmend mit dem Erstarken ihres Engagements im Tierrechtsbereich. Allerdings nutzt Hanna Instagram weiterhin „passiv“. Das „Inspirationspotenzial“ möchte Hanna nicht missen. Sie verfolge beispielsweise immer sehr interessiert, welche Aktionen andere Aktivist*innen planen. „Ich guck mir dort dann an, was die machen, was für Aktionen bisschen ‚straighteres‘ als das, was ich so mache, wie irgendwo in einen Stall einbrechen zum Dokumentieren und so.“ Zum Zeitpunkt des Interviews ringt Hanna noch darum, ihr Profil weiterhin am Laufen zu halten, doch im Verlauf meiner Forschungsarbeit versiegen Hannas Beiträge schlussendlich komplett. Den Kampf um Aufmerksamkeit im virtuellen Raum (vgl. Reichert 2013, 528) scheint Hanna aufgegeben zu haben.

Dass der hohe Zeitaufwand für ein kontinuierlich wachsendes Instagram-Profil mithin als belastend erlebt werden kann, merken auch andere Interviewpartner*innen an. Insbesondere, wenn eine finanzielle Abhängigkeit mit der Beliebtheit des eigenen Profils verbunden ist, scheint für die Betroffenen ein Druck von Seiten der Plattform auszugehen. Wie schon der Computer als „Zeitverschlinger“ (Herlyn 2008, 233) beschrieben wurde, empfinden auch die hier Porträtierten Instagram-Nutzer*innen die Smartphone-Anwendung als „Zeitfresser“ – gleichzeitig wird jedoch das ‚Inspirationspotenzial‘ gelobt.

5.4.7 Bekenntnisse auf Instagram

Mehrere Monate nach dem Interview liegt Hannas Profil komplett still. Plötzlich veröffentlicht sie jedoch mehrere zusammenhängende Storys. Es scheint, als sei es ihr ein Bedürfnis, ihre persönliche Entwicklung und Interessenverschiebung auf ihrem Instagram-Profil deutlich zu spiegeln.

Mit ihrer Story legt Hanna eine Art ‚virtuelles Bekenntnis‘ (vgl. Bublitz 2010) zu ihrer Tätigkeit als Tierrechtsaktivistin ab – ein weiteres Indiz dafür, welche enorme Bedeutung ihrem „Must-do“ (Tierrechtsaktivismus) zukommt und ein anschauliches Beispiel dafür, dass Per-

sonen mit ihrer Selbsterzählung in der Regel darüber Auskunft geben wollen, wie sie sich selbst sehen und von anderen gesehen werden möchten (vgl. Meyer 2020, 324).

Mit unterschiedlichen Fotos hinterlegt, erklärt Hanna ihren Follower*innen in mehreren Schriftzügen: Sie „liebe immer noch, gesundes, veganes Essen“ und an ihrer „Beziehung zum Essen“ habe sich nichts geändert, aber sie habe nun das gefunden, was sie wirklich erfülle, und das sei sich tierrechtsaktivistisch zu engagieren. Sie schreibt weiter: „Ich trage schon so lange das Bedürfnis in mir, zur Veränderung beizutragen, und das hat dazu geführt, dass ich mich mit meinem Account nicht mehr so wohl gefühlt habe...“ Im Hintergrund ist Hanna auf einer Demo zu sehen, sie hält ein Megafon in der Hand. Davor sind folgende Zeilen zu lesen:

„Ich dachte, dass mir hier Menschen folgen, die an gesundem Essen interessiert sind, aber wahrscheinlich nicht so sehr an Tierrechtsaktivismus... Vielleicht ist das so, vielleicht nicht. Ich werde jedenfalls wieder anfangen, hier zu posten. Ich freue mich, wenn du mir weiterhin folgst, aber mein Profil muss sich mit mir verändern, damit ich mich damit identifizieren kann.“ (IG)

Anschließend fixiert Hanna diese Storys in ihrem Profil. Dieser Inhalt ist damit dauerhaft für andere zu sehen und verschwindet nicht wie bei Storys üblich nach 24 Stunden. Eine mögliche Lesart dieser Veröffentlichung ist, dass Hanna das Bedürfnis spürt, ihre Sinnsuche oder vielmehr ihre ‚Sinnfindung‘ öffentlich zu artikulieren und einem inneren Bedürfnis nachkommt, ihr Instagram-Selbst ihrem analogen Selbst anzupassen.

Deutlich wird hieran ein Unterschied zwischen Face-to-Face- und virtuellen Selbsterzählungen. Anders als bei einer Face-to-Face-Erzählung baut die virtuelle Selbsterzählung stärker auf der auf Instagram dokumentierten Vergangenheit auf und weniger auf der Gegenwart des Erzählenden. Aktuelle Beiträge stehen auf einem Profi nämlich immer im Kontext der alten Beiträge. Nun ist es bei Selbsterzählungen jedoch in der Regel so, dass diese meistens in der Gegenwart und der Zukunft verhaftet sind. Erlebnisse sowie Erfahrungen der Vergangenheit werden vor dem Eindruck der Gegenwart aktualisiert und strukturiert (vgl. Fröhlich 2018, 76; Rasche 2002, 107). Eine Face-to-Face-Erzählung ist in dieser Hinsicht wesentlich flexibler als die Selbst-Erzählung auf Instagram. Ältere Beiträge sind dort für die Follower*innen wesentlich präsenter und jederzeit per Klick abrufbar. In Hannas Fall ist es so, dass sie aus ihrer eigenen Wahrnehmung eine so umfassende Persönlichkeitsentwicklung durchlebt hat, dass ihr altes Instagram-Selbst als „Gesundheitsqueen“ fernab ihres neuen Selbstentwurfs als Tierrechtsaktivistin liegt. Deshalb kann sich Hanna mit ihrem Instagram-Profil nicht mehr „identifizieren“. Nicht zuletzt im Interview wurde diese Interessensverschiebung deutlich, dort konnte sie ihrer

Tätigkeit als Tierrechtsaktivistin viel mehr Raum geben. Um ihr ‚neues Selbst‘ so auch auf Instagram abzubilden, müsste sie ihr Profil erst einmal neu kuratieren. Ein Großteil ihrer alten Beiträge müsste verschwinden, neue Beiträge müssten entstehen, um ihren Selbstentwurf als ‚Gesundheitsqueen‘ zu verdrängen und ihrem Tierrechtsaktivismus mehr Gewicht zu geben.

Bemerkenswert ist, dass trotz Hannas Ankündigung, zukünftig wieder Beiträge auf Instagram zu veröffentlichen, ihr Profil bis zum Abschluss meiner Forschungsarbeit inaktiv bleibt – zumindest veröffentlicht sie auch während der letzten fünfzehn Monate keine eigenen Inhalte. Ob das an ausbleibendem Interesse ihrer Follower*innen liegt oder daran, dass das regelmäßige „mit sich selbst auf Sendung [...] gehen“ (Floridi 2015, 87) zu anstrengend erscheint und hinsichtlich der Verbreitung des Veganismus weniger zielführend, muss an dieser Stelle offenbleiben.

5.5 Sophie, die Genießerin

„Das fing tatsächlich mit Instagram an, [...] über den Hashtag healthybaking.“

Yogaposen, Aromaöle, CBD-Tropfen, Kerzen, Lichterketten, plätscherndes Wasser, sinnliche oder lachende Gesichtsausdrücke, von Blautönen dominierte überbelichtete Fotografien, durch Filter geglättete Oberflächen, Wolken, runde Teller mit nach Farben sortiertem Gemüse – Sophies Fotografien wirken wie aus einem Lifestyle-Magazin. Die meisten ihrer „absichtlich erzeugte[n] Arrangements“ (Thiemeyer 2020, 203) könnten als Werbefotografien dienen (manchmal tun sie das auch, wenn sie beispielsweise ausgewählte Nussriegel bewirbt).

Insgesamt wirkt Sophies Instagram-Profil wie das einer hauptberuflichen Influencer*in, die eine Vorliebe für veganes und gesundes Essen hegt, sich für Yoga begeistert und eine Mager-sucht bezwang. Gestört wird dieser Eindruck durch die eher geringe Anzahl an Follower*innen. Sophie überschreitet im gesamten Beobachtungszeitraum nie die Grenze von 4000 Follower*innen. Werbe-Kooperationen lassen sich nur vereinzelt erkennen. Vor der Interviewbegegnung mutmaßte ich daher, dass sie mit ihrem Profil trotz der äußerst professionellen Aufmachung (bislang) nicht ihren Lebensunterhalt bestreiten kann. Im Interview bestätigt sie dies – allerdings sei es ihr Wunsch mit Instagram und ihrem Blog zukünftig ihre Haushaltungskosten verdienen zu können, zumindest neben ihrem noch aufzubauenden zweiten Standbein als Yogalehrerin.

Anders als beispielsweise bei Robert, bei dem die vegane Lebensweise im Mittelpunkt jedes einzelnen Instagram-Beitrags steht, flicht Sophie nur punktuell ihre vegane Lebensweise ein. Sie zielt folglich nicht darauf ab, sich ausschließlich als Veganerin zu inszenieren. Der

Veganismus ist vielmehr ein Aspekt unter vielen, der ihrer virtuellen Selbsterzählung Substanz verleiht. Zu finden ist ihre vegane Ernährungsweise vor allem auf den von ihr hochgeladenen Essensbildern, die sie mit entsprechenden Hashtags kontextualisiert. Das können während eines Restaurantbesuchs abfotografierte Speisen oder Aufnahmen aus ihrer eigenen Küche sein. Regelmäßig teilt Sophie selbstentwickelte vegane Rezepte, deren Endergebnis sie fotografisch dokumentiert und bei denen sie die jeweilige Anleitung unter der jeweiligen Aufnahme zur Verfügung stellt. Diese Bilder stehen neben zahlreichen Selbstporträts, die ihr Instagram-Profil zieren.

5.5.1 Auf ein Glas Wasser

Ich treffe Sophie in Hamburg in einem Café ihrer Wahl. Das Gespräch läuft anfangs schleppend, die Stimmung wirkt auf mich etwas angespannt. Ich vermute, dass Sophie mir gegenüber zunächst misstrauisch ist. Bis zu unserem tatsächlichen Termin hegte ich die leise Befürchtung, dass meine Interviewpartnerin in letzter Minute abspringen könne, hatte sie sich doch während unseres E-Mail-Austauschs sogar schon einmal gegen ein Zusammentreffen entschieden. Sophies äußerst grazile Figur und mein Wissen darum, dass sie in ihrer Vergangenheit mit Essstörungen zu kämpfen hatte, verunsichern mich in der Herangehensweise an das Interview. Sophie bestellt ‚nur‘ ein Mineralwasser. Obwohl mir der Magen nach der langen Anreise knurrt, möchte ich mein Gegenüber nicht in Verlegenheit bringen und ordere ebenfalls nur einen Tee. Ich ärgere mich innerlich über mich, dass ich Vorurteile in mir spüre, angesichts ihrer essgestörten Vergangenheit, ihres Wasserglases, ihres Berufs in der Modebranche, ihres modischen Auftretens, ihrer langen künstlichen neonfarbenen Fingernägel – noch mehr ärgere ich mich, dass ich die erkannte Voreingenommenheit nicht einfach abstreifen kann. Ich entschieße mich, meine Fragen erst einmal hintanzustellen, gebe uns beiden Zeit, uns kennenzulernen, erzähle ein bisschen von mir. Stückweise erfahre ich dabei etwas über Sophie. Im Laufe der Unterhaltung beobachte ich, wie meine Vorurteile in den Hintergrund treten. Die anfangs wahrgenommene Anspannung zwischen uns verfliegt. Entgegen meiner Befürchtung entwickelt sich das Interview zu einem offenen und entspannten Gespräch.

Zum Zeitpunkt unseres Interviews ist Sophie 26 Jahre alt. Als Modejournalistin arbeitet sie im Bereich ‚Beauty and Fashion‘ für die Zeitschrift ‚Gala‘. Während unseres Zusammentreffens erfahre ich, dass sie ihren Job als Onlineredakteurin bei der Gala jedoch bereits vor einer Woche gekündigt hat und einen Neustart plant:

„Der neue Weg beginnt in drei Monaten damit, dass ich erst einmal nach Bali gehe und dort eine Ausbildung als Yogalehrerin mache. Danach habe ich vor, ein Buch zu schrei-

ben. [...] und darin meine Geschichte aufzuarbeiten. Damals in der Zeit habe ich versucht Tagebuch zu schreiben. [...] Ich habe vor das alles zu sortieren, ich kann nun mal gut schreiben, und das alles in ein schönes Buch zu verfassen. Mehr oder weniger schön.“ (IV)

Von sich aus lenkt Sophie die Unterredung in Richtung ihrer durchlebten Magersucht. Mit Bewunderung höre ich ihrer offenen und reflektierten Erzählung über sich selbst zu. Sophie ist sich bewusst, dass sie weiterhin sichtlich untergewichtig ist und äußert im persönlichen Gespräch den Wunsch weiter zuzunehmen. Spätestens zu diesem Zeitpunkt stelle ich mir innerlich die Frage, ob ich das Kapitel über Sophie wohl auch schreiben würde, wenn ich Zeugin eines Magersucht-Rückfalls auf Instagram wäre – höchstwahrscheinlich gäbe es dieses Kapitel dann in der vorliegenden Arbeit nicht. Zumindest für den weiteren Beobachtungszeitraum erleidet Sophie keinen offensichtlichen Rückfall. Im Gegenteil: In den Monaten nach dem Interview verfolge ich anhand der von ihr hochgeladenen Fotografien und Storys, dass sie an Gewicht gewinnt. Erfolgreich absolviert sie ihre Ausbildung als Yogalehrerin auf Bali und baut sich allmählich eine Selbstständigkeit als Yogalehrerin auf. Es freut mich, Sophie dabei zusehen zu dürfen, wie sie die von ihr im Interview formulierten Ziele verwirklichen kann. Welche enorme Entwicklung Sophie durchlebt hat und welche Rolle dem Veganismus hierbei zukommt, wird klar, wenn man sich ihrer Vorgeschichte zuwendet.

5.5.2 #healthyfood nach Klinikaufenthalt

Wenige Jahre, bevor wir uns zum Interview treffen, kommt Sophie als stark untergewichtige Person in eine Klinik für Magersüchtige – kurz vor ihrer freiwilligen Einweisung ist sie so schwach, dass sie auf einen Rollstuhl angewiesen ist. Vereinzelt Fotografien hiervon finden sich auf ihrem Instagram-Profil. Zu dieser Zeit habe sich ihr Leben hauptsächlich darum gedreht, möglichst wenig Nahrung zu sich zu nehmen. Dass sie sich heute so für eine gesunde Ernährungsweise interessiere, habe sicher etwas mit ihrer Magersucht zu tun.

„Als ich aus der Klinik zurückkam, hat mich das einfach interessiert, dieses Thema Ernährung. [...] weil ich weiß, was das alles kaputtmachen kann. Und weil ich jetzt eher haben möchte, wie es mich besonders gesund machen kann. [...] Weil ich nun mal gemerkt habe, dass man mit Nahrung viele Schäden anrichten kann, so wie ich es getan habe, und dass man mit Nahrung vieles wieder gut machen kann.“ (IV)

Sophies Interesse an einer „gesunden Nahrung“ findet ihren Anfang also nach ihrem stationären Klinikaufenthalt. Nach ihrer Entlassung aus der Klinik habe sie immerzu gedacht: „Ich bin eine

tickende Zeitbombe, ich lande da eh wieder in einem Jahr.“ Im Interview erklärt sie weiter, dass sie sich bis heute vor einem Rückfall fürchte. Immerhin liege die Rückfallquote bei ungefähr 90 Prozent. Deshalb suchte Sophie nach einem Leitfaden für eine gesunde Ernährung, mit der sie ihre „Gesundheit steigern und fördern“ könnte. Eine für sie praktikable Antwort findet sie in der veganen Ernährung. Das sei für sie eine Möglichkeit gesund zuzunehmen, „ohne schlechtes Gewissen“ und damit eine Möglichkeit, einem Rückfall in die Magersucht vorzubeugen.

Die Frage, ob Sophies vegane Ernährung vor dem Hintergrund ihrer eigenen Essgeschichte tatsächlich förderlich oder vor allem als ein neuer Weg der Kontrolle über ihren Körper zu deuten ist (vgl. Klotter 2016, 22), wird hier explizit ausgespart.⁶⁶ Es geht in der vorliegenden Arbeit nicht um eine psychologische Einschätzung meiner Gesprächspartnerin (oder anderen Porträtierten) und auch nicht um eine Verifizierung oder Falsifizierung ihrer Sichtweise. Das kulturanthropologische Interesse gilt vielmehr dem subjektiven Sinn, hier also Sophies Perspektive auf ihre vegane Ernährung und welchen Platz der Veganismus aus ihrer Sicht in ihrer Alltagsbewältigung einnimmt.

5.5.3 Vom #healthybaking zum #veganfood

Eine Besonderheit an Sophies Fallbeispiel ist, dass sie unter den Porträtierten die Einzige ist, deren Ernährungsumstellung mit dem Verzicht auf tierische Erzeugnisse wie Milch und Eier beginnt. Erst im Anschluss daran verzichtet sie auch auf Fleisch. Als ich nachfrage, wie sie bei ihrer Suche nach einer möglichst gesunden Ernährung überhaupt zum Veganismus gefunden habe, erklärt sie:

„Das fing tatsächlich mit Instagram an, dass ich über den Hashtag ‚healthybaking‘ nach coolen Rezepten gesucht habe und einigen Profilen gefolgt bin, bei denen das Essen einfach besonders gut aussah. Mir war aber überhaupt nicht bewusst, dass das Veganer sind. Und ich dachte, dieses Bananabread, das möchte ich auch backen und habe dann mein erstes Bananenbrot zu Hause gebacken. Und dann dachte ich: Cool, das schmeckt so gut, und wenn die eine noch mal ein Rezept postet, dann mache ich dieses Rezept

⁶⁶ Liest man in der Literatur zum Krankheitsbild ‚Anorexia nervosa‘, stößt man zuweilen auf den Begriff der ‚Orthorexia nervosa‘. Auch wenn die Definition der Orthorexia nervosa umstritten ist, ist ein gemeinsamer Nenner vieler Definitionen die Obsession sich besonders gesund zu ernähren. Die Frage, ob Veganer*innen hinsichtlich dieses Krankheitsbildes zu einer gefährdeten Gruppe zählen, wird in unterschiedliche Studien diskutiert (vgl. Klotter 2016, 22). Studien, die einen Zusammenhang als möglich erachten, werden wiederum dafür kritisiert, dass der vegane Lebensstil in den jeweiligen Forschungsdesigns als eine Abweichung von der Norm betrachtet wird. Darin liege bereits eine problematische Verzerrung (vgl. Koeder 2021).

auch. [...] Mir ist am Anfang echt nicht so bewusst gewesen, dass das jetzt alles unbedingt vegan ist. Ich dachte einfach nur: Oh lecker, schmeckt gut und ist ja cool der zu folgen, die hat immer nette Rezepte und dann habe ich irgendwann gecheckt, das ist ja alles vegan, und das ist eigentlich total einfach, so Eier und Milch aus dem Spiel zu lassen. Von da an habe ich beschlossen, okay, ich backe nur noch vegan. Aber es war wirklich nur aufs Backen bezogen. [...] Weil es so lecker war und wegen des Gesundheitsgrunds. Auch weil ich mich da zum ersten Mal damit beschäftigt habe. Davor habe ich mich nie damit beschäftigt vegan zu backen oder zu leben und dachte immer, vegan ist bestimmt total schwierig. Warum auch immer. Und dann habe ich gemerkt, nein, ich habe jetzt schon die ganze Zeit vegan gebacken, warum soll ich jetzt zurück zu Eiern. Ich habe dann viele Bücher über vegane Ernährung gelesen und das mache ich bis heute. Das hat mich irgendwie angefixt, weil ich dachte, okay, warum machen das jetzt eigentlich so viele. Ist das jetzt gerade nur ein Trend oder was steckt dahinter. Ich habe dann mehrere Bücher und Reportagen geschaut. [...] Dann liest man über Eier und über Milch und denkt irgendwann so: Ih [eklig, schüttelt sich], muss ja nicht mehr sein.“ (IV)

Mit leuchtenden Augen erzählt Sophie weiter, dass es ihr „richtig Spaß gemacht“ habe, sich durch unterschiedliche vegane Produkte zu testen, von Sojajoghurt bis Mandeljoghurt. An ihrer fast schon euphorischen Ausführung zeigt sich, dass vegane Lebensmittel wie Sojamilch gegenwärtig besonders symbolträchtig sein können. Lebensmittel aus Soja versprechen in diesem Kontext eine gesündere, ressourcenschonendere und tierfreundlichere Ernährung. Das dadurch entstehende Gefühl des reineren Gewissens spiegelt sich wiederum in Sophies leuchtenden Augen während ihrer Erzählung.

Als ich bei Sophie erfrage, wie sie dazu gekommen sei, schließlich auch auf Fleisch zu verzichten, erzählt sie: „Wenn man dann über vegane Ernährung liest, dann ist da natürlich der Punkt, wie ersetze ich Fleisch [...] Ich glaube, da fand ich dann einfach spannend zu sehen, was es anderes gibt.“ Irgendwann sei dann der Punkt gekommen, da habe sie „einfach kein Fleisch mehr sehen und essen können. Wollte ich nicht mehr.“ Während dieser Beschreibung schüttelt sich Sophie erneut, artikuliert die in ihr aufkommenden Gefühle des Ekels (vgl. Heimerdinger 2015a, 14; Tschuggmall 2015, 49) unmissverständlich. Gleichzeitig kommuniziert sie, bewusst oder unbewusst, mir als Interviewerin auf nonverbalem Weg, dass sie das ‚Gebot‘ des Veganismus, auf Tierprodukte zu verzichten, bereits erfolgreich erlernt und dementsprechend inkorporiert hat.

Am mehrmaligen Erschauern Sophies, und ebenso an ihrer neuentdeckten Begeisterung für vegane Produkte, wird weiterhin deutlich, dass sie in eine Kultur eingebunden ist, in der

nicht nur tierische Produkte wie Fleisch als „potenziell ungesund und gefährvoll“ (Winterberg 2020, 332) gelten. Insbesondere im Zusammenhang mit Fleisch fürchtet man „Tierleid und Umweltzerstörung, Krebs und Herz-Kreislauf-Erkrankungen, BSE und Salmonellen, Antibiotika- und Gammelfleisch.“ (ebd., 332) Im Fallbeispiel Sophie wird allerdings auch deutlich, dass sich ebenso tierische Bestandteile wie Milch und Eier von einer nebensächlichen Ingredienz zu einem Problemfall⁶⁷ wandeln. So verzichtet Sophie zunächst sogar ausschließlich auf Milch und Eier und erst etwas zeitlich versetzt auf Fleisch. Deutlich wird weiterhin: Menschen wie Sophie sind für mögliche „Nebenfolgen des Essens sensibilisiert“ (Brunner 2011, 211) und bemühen sich daher umso mehr um eine Verringerung gesundheitlicher Risiken (vgl. Trummer 2015; Wilk 2015). In der veganen Ernährungsweise findet Sophie eine für sie vielversprechende Handlungsschablone. Im Veganismus findet sie eine Antwort auf die Suche nach einer risikoärmeren und gesunden Ernährung. Zusätzlich stellt ihr der Veganismus (oder vielmehr der Diskurs um die vegane Lebensweise) sogar noch eine Optimierung des eigenen Körpers in Aussicht – der potenzielle Nutzen beschränkt sich nicht nur auf ein Gebiet, sondern entfaltet sich gleich in mehreren Bereichen.

Bemerkenswert innerhalb dieses Fallbeispiels ist außerdem, dass der Plattform Instagram, der nicht selten vorgeworfen wird, dass sie ihre User*innen in ihren eigenen sozialen Blasen verkommen lasse (vgl. Pariser 2012), in Sophies Erzählung die Rolle eines „produktiven Stör-signal[s]“ (Pörksen 2018, 54) zukommt. Über Instagram erhält Sophie den Anstoß, sich mit möglichen (in ihrem Fall vor allem gesundheitlichen) Problematiken hinter dem Verzehr tierischer Produkte auseinanderzusetzen. Erst danach folgt die Auseinandersetzung außerhalb der Plattform, anhand von Büchern und Dokumentationen.

5.5.4 Vegane „Wundermittel“

Sophie betont im Interview mehrfach, dass sie verschiedene Bücher gelesen und Filme zur veganen Ernährung gesehen habe – allerdings wählt Sophie hierfür vor allem Medienangebote, die ihre bereits bestehende optimistische Erwartung gegenüber den positiven Auswirkungen einer veganen Ernährung nähren. Als Quellen nennt sie nämlich Dokumentationen wie „Game Changers“ oder „What the Health“, innerhalb derer die vegane Ernährungsweise als eine Art Heilungs- und leistungssteigerndes Mittel angepriesen wird. Hieran zeigt sich, wie „Deutungen, die von gesundheitlichen Phänomenen bestehen, nicht aus sich selbst heraus entstehen, sondern über vielfältige mediale Vermittlungsprozesse nicht nur repräsentiert, sondern eigentlich erst

⁶⁷ Kerstin Poehls zeichnet eine ähnliche Entwicklung für Zucker nach (vgl. Poehls 2020, 301).

gemacht werden.“ (Wolff 2016, 445) Aufgrund der von Sophie gewählten (oder unbewusst konsumierten) Medienangebote zum Thema vegane Ernährung verfestigt sich ihre Sichtweise, dass eine Tierprodukte inkludierende Ernährungsweise gesundheitsabträglich wirkt, beziehungsweise dass der Veganismus besonders gesundheitsförderlich ist. In unterschiedlichen Instagram-Beiträgen thematisiert Sophie diverse vegane „Wundermittel“ wie beispielsweise Heidelbeeren. Heidelbeeren seien „in Sachen Antioxidantien ein wahres Wundermittel“. Auch Hülsenfrüchte würde sie mindestens in eine ihrer täglichen Mahlzeiten integrieren. Seitdem sie wisse, dass sie sich „damit vor Krebs schütze“ ihre „Darmflora aufbaue und eigentlich ein Anti-Aging-Produkt der Natur“ zu sich nehme.

Um die positiven gesundheitlichen Auswirkungen zu unterstreichen, führt Sophie im Interview noch ein Beispiel von ihrem Lebenspartner Ben an. Ben habe bei ihrer Umstellung auf eine vegane Ernährung „mitgezogen“ und bei ihm zeigten sich „die Ausmaße am krassesten“:

„Auf einmal gingen diese ganzen Pickel auf dem Rücken weg, das konnte man wirklich von Tag zu Tag beobachten. Jetzt ist nichts mehr auf diesem Rücken. Natürlich noch ein paar Narben von den ganzen Jahren davor. Da meinte ich auch so: Guck dir mal bitte an, was das mit deinem Körper anscheinend die ganze Zeit gemacht hat. Also das alle Leute sagen, ‚vegan ist so gesund‘, ja, da ist was dran. Also, was ich in den Büchern gelesen habe, habe ich dann bei ihm live gesehen und das bestätigt das Ganze ja einfach noch mal. Deswegen haben wir beide gesagt, warum sollten wir noch mal zurückgehen, wenn es so eindeutig ist.“ (IV)

Die von Sophie präferierte medial vermittelte Deutung der veganen Ernährungsweise als äußerst gesund bewahrheitet sich in Sophies Wahrnehmung also sowohl anhand ihrer eigenen Selbst-Wahrnehmung als auch anhand der körperlich sichtbaren positiven Auswirkungen auf ihren Lebenspartner.

Sophie hingegen äußert im Gespräch: „Ich fühle mich irgendwie vitaler, also fitter.“ Wie viele Veganer*innen berichtet auch sie von einer Steigerung ihrer Leistungsfähigkeit sowie einer Verbesserung ihres körperlichen und geistigen Wohlbefindens (vgl. Funkschmidt 2015a, 445; Grube 2009). Hierzu sei angemerkt, dass Berichte von Wunderheilungen und gesundheitlicher Erholung spätestens seit dem 19. Jahrhundert zum Standardrepertoire der veganen Literatur gehören (vgl. Funkschmidt 2015a, 445), die hier skizzierte Argumentation ist also keineswegs neu, sondern vielmehr historisch gewachsen.

Im Kontrast zu Sophies Beispiel zeigt sich jedoch an einem anderen Fallbeispiel, dass durch mediale Vermittlungsprozesse zwar eine bestimmte Sichtweise besonders naheliegen kann, die

subjektive Erfahrung diesem Bild aber widersprechen und zu einer differenzierten Sichtweise verhelfen kann. Meine Interviewpartnerin Alina ist hierfür ein Gegenbeispiel. Während des Beobachtungszeitraums erfährt sie, die mindestens genauso von den gesundheitlichen Vorteilen überzeugt ist wie Sophie, dass sie unter einem Omega-3-Mangel leidet. Die vegane Ernährung könnte hierfür durchaus ein Auslöser sein, da Omega-3-Fettsäuren in einer veganen Ernährung als kritische Nährstoffe gelten (vgl. DGE 2020a). Alinas Erwartungshaltung bewahrheitet sich also nicht vollumfänglich (die Feststellung des Nährstoffmangels schmälert jedoch ihre positive Einstellung gegenüber dem Veganismus nicht). Ein weiteres Beispiel findet sich im Fall Theresa. Therasas Veganismus führt für sie primär zu einem leichteren Gewissen und dient der Gesunderhaltung. Gefühle der Leistungssteigerung, die spätestens seit der Netflix-Dokumentation *Game Changers* im Diskurs um die vegane Lebensweise zu den gängigen Argumenten für eine vegane Lebensweise zählen, habe Theresa jedoch nicht bei sich bemerkt. Für Sophie steht dahingegen fest, dass die vegane Ernährung für sie eine gewinnbringende Strategie der gesundheitlichen Selbstoptimierung ist.

5.5.5 „Und wie steht es um tierethische Beweggründe?“

Kurz nachdem ich meine Nachfrage zur moralischen Seite ausgesprochen habe, frage ich mich, inwieweit ich damit eine Positionierung evoziere, die Sophie andernfalls nicht vorgenommen hätte. Umso mehr überrascht mich die Antwort meiner Gesprächspartnerin, obwohl ich ähnliche Erklärungen schon in anderen Interviews zu hören bekam. „Das klingt zwar sehr egoistisch, aber aus erster Linie mache ich das eigentlich für mich.“ Zumindest habe es damit angefangen, dass sie „gelesen habe, was das mit dem Körper macht“, und darüber, welche Krankheiten man dadurch fördere, „indem man tierische Produkte zu sich“ nehme. Obwohl der vegane Lebensstil im medialen Diskurs normativ mit der Kategorie der Tierethik und der Umweltschonung verhandelt wird und ich mit meiner expliziten Nachfrage Sophie darauf hinweise, bleibt sie bei ihrer Aussage, dass sie zunächst aus rein gesundheitlichen Gründen auf eine vegane Ernährung umgestellt habe. Ein Stück weit lenkt sie gleichwohl ein. Inzwischen „weite es sich schon auch noch mehr aus“. Ethisch betrachtet sei der gegenwärtige Umgang mit Nutztieren „wirklich nicht mehr schön“. Sophie führt weiter aus: „Aber ich nehme mich da nicht raus, ich habe mir gestern meine Fingernägel mit Schellack machen lassen und heute schrieb mir eine Followerin: ‚Das ist nicht vegan, das darfst du nicht.‘“ Sophie deutet auf ihre Handtasche. Auch dabei sei sie sich nicht sicher, ob diese „aus Leder oder aus Plastik“ sei. Allerdings achte sie inzwischen bei neuen Kosmetikartikeln darauf, ob diese vegan seien. Nachdem sie bisher sehr positive Erfahrungen mit der veganen Ernährung gemacht habe, sei sie bereit weitere Veränderungen an-

zugehen. Aktuell lese sie sich da „gerade so ein bisschen in das Thema ein“. Sukzessive stelle sie nun ihre Kosmetik auf vegane Produkte um. Das liege nahe, da sie in „der Beauty-Branche arbeite“.

Innerhalb des weiteren Interviews mit Sophie wird deutlich, dass die vielen Verbesserungsversprechen des Veganismus Sophie durchaus in ihrer Entscheidung für eine vegane Ernährung bestärken. Der den Veganismus umspannende Glaubenssatz, dass eine vegane Lebensweise nicht nur auf die eigene Gesundheit, sondern ebenso auf die Tier- und Umwelt einen positiven Effekt habe, ist zwar nicht Sophies primärer Antriebsfaktor, gleichwohl nicht irrelevant für sie. Durch ihre positiven Erfahrungen beim Ersetzen tierischer Produkte ist sie jedoch bereit, auch in anderen Konsumbereichen auf eine vegane Lebensweise umzustellen – wenn sich Tierleid damit vermeiden lasse, warum solle sie dies nicht tun?

Die gegenwärtige Verunsicherung im Ernährungsdiskurs sowie die auf den Schultern der Verbraucher*innen lastende Ernährungs- beziehungsweise Konsumverantwortung (vgl. Barlösius 2016, 247; Winterberg 2015) spürt auch Sophie. Diese Last wiederum scheint die optimistische Aufladung von Lebensmitteln wie Tofu sowie anderen Ersatzprodukten, die ein gesünderes und gleichzeitig nachhaltigeres Leben in Aussicht stellen, zu begünstigen. Das Label ‚vegan‘ erfährt dabei eine positive symbolische Aufladung. Vegane Produkte erscheinen für Sophie als eine Art „Sicherheitsprodukt“ (Tolksdorf 2001, 245). Tierprodukte hingegen werden als ‚Gefahrenprodukt‘ wahrgenommen, die es zu meiden gilt.

Mit Blick auf die anderen Fallbeispiele zeigt sich ein weiteres zentrales Denkmuster oder vielmehr eine zentrale Handlungsabfolge, die meine Interviewpartner*innen gemein haben. Die positive Erfahrung mit einer eher negativ konnotierten Praktik des Verzichts lässt die Porträtierten auch weiteren Umstellungen in ihrem Alltag offen gegenüberstehen. Zu verzichten, sich umzugewöhnen und Routinen zu erneuern, scheint die damit häufig einhergehende abschreckende Wirkung eingebüßt zu haben. Zudem fühlen sich die Porträtierten durch das subjektiv empfundene leichtere Gewissen und die Wahrnehmung ihrer eigenen Wirkmächtigkeit motiviert. Das Gefühl, nicht ohnmächtig den als problematisch wahrgenommenen Umständen zu unterliegen, scheint ihre Bereitschaft zu Änderungen im Alltag zu fördern. Besonders prominent ist diese Änderungsbereitschaft in Sophies Fall. Sie ist nicht nur für weitere Änderungen offen, sondern erklärt die Veränderung beziehungsweise Wandlung zu einem generellen Modus und primären Ziel in ihrem täglichen Leben.

5.5.6 Auf der Schwelle zum #higherself

Sophie beschreibt ihren Zustand zum Zeitpunkt des Interviews als eine Art Umbruchphase. Auf Instagram verwendet sie hierfür mehrfach den Begriff der „Transformation“. In diesem Terminus zeigt sich sogleich einer ihrer primären handlungsanleitenden Wünsche: Der Wunsch nach Selbstformung. Zu dieser ‚Transformation‘ gehört es aus ihrer Sicht auch allmählich zu einer ‚vollständigen‘ Veganer*in ‚heranzuwachsen‘, denn aus ihrer Perspektive, wie bereits weiter oben erklärt, könne sie sich erst als Veganerin bezeichnen, wenn sie bei durchweg allen Produkten darauf achte, dass diese vegan und nicht an Tieren getestet seien.

Um Sophies Transformation von einem in einen anderen Status analytisch zu beschreiben, bietet sich das Konzept der *Liminalität* von Victor Turner an. In Turners Worten befindet sich Sophie zum Zeitpunkt der Beobachtung in einer „liminoiden Phase“ (Turner 1974). Als „Schwellenwesen“ ist die hier Porträtierte „weder das eine noch das andere“ (Turner 1998, 251). Sophie befindet sich in einem temporären Dazwischen, in einem „Status zwischen zwei sozialen Positionen“, einem „Zustand der Unstrukturiertheit und undefinierbarkeit“ (Nimführ 2020, 274).

Nun steht Sophie in mehrfacher Hinsicht auf der *Schwelle*. Sowohl hinsichtlich ihres selbst ernannten Status als ‚unvollständige‘ Veganer*in, als auch hinsichtlich ihrer Untergewichtigkeit und ihrer beruflichen Neuorientierung. Der veganen Ernährung kommt hierbei eine stabilisierende Funktion zu. Zwar beschreibt Sophie den Veganismus nicht als alleiniges ‚Allheilmittel‘, sondern vielmehr als eine mögliche Komponente unter vielen, dennoch scheint er ihr bei der Bewältigung ihrer existenziellen Krisen (vgl. Hänel 2015, 189) (Krankheit, berufliche Neuorientierung) eine Stütze zu sein. Der Veganismus hilft ihr in gewisser Weise dabei, die Schwellen zu überwinden, ist für sie wie ein Leitfaden.

Beobachtbar wird eine von Sophies Schwellenüberschreitungen auf Instagram. Dort beschreibt sie in den Monaten nach dem Interview fortlaufend ihre Transformation. Via Storys und Posts verfolgen Sophies Follower*innen (mich eingeschlossen), wie sie im für sie liminalen Raum Bali (vgl. Nimführ 2020, 277) ankommt, um sich zur Yogalehrerin ausbilden zu lassen. Auf einem in diesem Zeitraum erschienen Bildbeitrag schwebt Sophie sogar bildsprachlich „zwischen zwei Welten“ (van Gennep 1986, 27). Kopfüber hängt Sophie in fliederfarbenen Tüchern über dem Fußboden und hält sich dabei mit der Kraft ihrer Arme in einem fliegenden Spagat. Die Hashtags unter der Aufnahme machen den Betrachtenden klar, dass hier eine Pose aus dem Aerialpilates zu sehen ist.

„KOPFÜBER INS ABENTEUER 🌀 🙏 Das Foto stammt zwar nicht aus Canggu – wo ich mich gerade befinde – aber beschreibt einfach zu gut, wie ich mich momentan fühle: Ich habe in den vergangenen Wochen mein Leben komplett auf den Kopf gestellt. Ich habe meinen Job gekündigt, angefangen, nur noch auf mein Herz und meinen Bauch zu hören und habe mich in den Flieger nach Bali gesetzt, um hier morgen mein YTT [Yoga Teacher Trainer] zu beginnen. Ich befinde mich in der Schweben, ich befinde mich im Prozess. Und lässt mich euch eins verraten: Es fühlt sich so gut an. Ich bin mit einigen mentalen Schwächen angereist. Das weiß ich.“ (IG)

Täglich bietet sie ihren Follower*innen Einblicke. Auf über der Hälfte der von ihr veröffentlichten Fotografien zeigt sich Sophie beim Yoga. Dazwischen finden sich unterschiedliche aus der Vogelperspektive abfotografierte vegane Gerichte, die sie in den Bilduntertexten lobt und das jeweilige Restaurant dazu benennt.

Am Ende ihrer Ausbildung veröffentlicht Sophie ein Foto, auf dem sie in Yogakleidung lachend in die Kamera blickt und ihr erworbenes Zertifikat mit beiden Händen vor sich hält. „Der letzte Monat war eine unglaubliche Erfahrung für mich. Jeder Tag war eine Bereicherung – voll von Wissen, Liebe, Spiritualität und persönlicher Transformation.“ Ein paar Tage später postet Sophie vom Flughafen Balis ein Selfie von sich. Sie zwinkert der Kamera mit rotem Kussmund zu und schreibt: „Dieses Abenteuer war erst der Anfang. Die Reise geht weiter. Mehr zu mir. Mehr in Richtung #higherself. Mehr zum persönlichen Glück 🙏 💎 Terima kasih, Bali. ❤️“

Auch im letzten Zitat macht Sophie ihre handlungsleitende Suche nach Transformation deutlich. Ziel ihres Selbstformungsprozesses ist, ihr persönliches „#higherself“ zu erreichen. Die vegane Ernährung ist dabei nur ein Schritt, eine Selbstformungspraktik (vgl. Heimerdinger 2015c, 107) mit der sie ihrem ‚höheren Ich‘ als der besten Version ihrer Selbst ein Stück weit näher kommt.

5.5.7 Motivation Instagram

Sophies sich vollziehende ‚Transformation‘ motiviert sie dazu, ihre eigenen Krankheits- und Heilungsgeschichte als ehemals Magersüchtige und Bulimikerin⁶⁸ auf Instagram zu ‚enthüllen‘

⁶⁸ Zum Zeitpunkt des Interviews sparte Sophie ihre Bulimie auf ihrem Instagram-Profil aus. Als sie mir im Gespräch eröffnete, dass sie vor ihrer Magersucht an einer Bulimie gelitten habe, thematisierte ich die Ausparung auf ihrem Profil. Sophie erklärte, dass das Thema Bulimie zu „unästhetisch für Instagram“ sei. Außerdem wirke es womöglich unglaubwürdig, wenn sie noch mit einer Bulimie „um die Ecke“ käme. Wir unterhielten uns darüber, inwieweit das Thema und die Preisgabe ihrer Erfahrungen einen Mehrwert für ihre

(vgl. Burkart 2006b, 20). Im Interview erklärt mir meine Gesprächspartnerin, dass sie als positives Beispiel fungieren möchte. Nach einem solchen habe sie nach ihrer Entlassung dringend gesucht, um Hoffnung zu schöpfen. Doch ihre Suche nach einem Vorbild zur Orientierung sei vergebens geendet. „Ich hatte einfach keine positiven Beispiele, dass es auch anders funktionieren kann.“ Das möchte Sophie ändern und anderen mit Essstörungen geplagten Personen auf Instagram Hoffnung spenden. Sie möchte zeigen: „Es funktioniert [...] man kann zur schönen Seite zurückkehren.“ Hier zeigt sich ein primärer Beweggrund, nämlich anderen via Instagram ein gutes Vorbild zu sein, welcher sich auch in anderen Fallbeispielen dieser Arbeit wiederfindet. Verwoben wird diese Vorbild-Funktion für andere meist mit dem Wunsch, sich selbst mit dem eigenen virtuellen Selbstentwurf im Alltag ein Vorbild zu sein (siehe Kapitel Theresa).

Um ihren Follower*innen ‚ihre Themen‘ näherzubringen, erzählt Sophie über ihre Mager sucht- oder ihre Bulimie-Erfahrungen, trotz der Schwere dieser Themen in einem „vergnüglichen“ (Bareither 2020a, 34) Rahmen. Um ihre Bilduntertexte zu veröffentlichen, wählt Sophie zwar bewusst Selbstaufnahmen, auf denen sie mit traurigem Blick an der Kamera vorbeischaut, doch die stilvolle Aufmachung der Bilder passt in den „vergnüglichen Gebrauch“ (ebd., 34) von Instagram. Nun erfüllt Sophie diese ästhetischen Affordanzen der Plattform (vgl. ebd., 43) ganz bewusst in der Hoffnung auf eine möglichst hohe Zahl an Likes, die wiederum über den Algorithmus mehr Sichtbarkeit für ihren Beitrag generieren würden. Allerdings, so äußert Sophie im Interview, seien es die Themen, die sie ihren Follower*innen näherbringen möchte, das Foto sei nur eine Art Zierde. Es solle Aufmerksamkeit binden, die dann den von ihr darunter veröffentlichten Texten zukäme. Genau hierbei habe sie gleichwohl Bedenken, denn in den Kommentaren würden sich viele User*innen nur positiv über das Bild und nicht über den zugehörigen Text äußern. Andere würden jedoch auch ihre Texte kommentieren, die Themen folglich sehr wohl zur Kenntnis nehmen. Dass einige nur wegen der Bilder kämen, das müsse man bei Instagram in Kauf nehmen.

Follower*innen haben könnte. Ungefähr einen Monat nach unserem Interview tauchte der erste Beitrag zum Thema Bulimie auf Sophies Account auf. Eine Woche darauf schrieb sie mir eine herzliche E-Mail, in der sie sich für das anregende Interview bedankte und erklärte, dass sie sich nun auch traue über ihre Bulimie auf Instagram zu sprechen. Überdies habe meine Nachfrage, ob sie denn über Instagram geknüpfte Kontakte auch schon offline getroffen habe, sie dazu inspiriert, dies nachzuholen. Dieses Beispiel veranschaulicht zweierlei: Zum einen, dass Forschende ihr Feld beeinflussen. Zum anderen zeigt dieses Beispiel, wie persönlich das geführte Interview war und welche Nähe zu untersuchten Personen möglich werden kann – bestimmte Einblicke wären anhand einer alleinigen Betrachtung und Analyse der virtuellen Inszenierungen nicht möglich gewesen.

5.5.8 Veganer Foodporn als Wellness-Praktik

Denkt man an den eingangs beschriebenen Aufbau von Sophies Profil zurück, an die Aromaöle, CBD-Tropfen, Kerzen, plätscherndes Wasser und Lichterketten, scheint ein Blick auf das Phänomen Wellness lohnend. Wellness bedeutet, so die Soziologin Monica Greco, „gesund leben mit Genuss“ (Greco 2004, 293). Stefanie Duttweiler umschreibt Wellness als ein Gefühl des ganzheitlichen Wohlfühlens, „das neben der körperlichen auch die emotionale und geistige Dimension einschließt“ (Duttweiler 2005, 262). Wellness impliziere „vor allem die selbstständige Einwirkung auf sich selbst, individuelles und umfassendes Wohlfühlen zu generieren bzw. zu optimieren.“ Wellness ist also ein lebenslanger Prozess (vgl. Greco 2004, 296), den es mit aktiven Anstrengungen zu erreichen gilt (vgl. ebd., 294), und „zugleich die Summe der Verfahren, diese zu erreichen“ (Duttweiler 2005, 262). Ansporn nach Wellness zu streben sei wiederum „das Versprechen für umfassende Steigerung der Lebensqualität“ (ebd., 262).

Auf Sophies Profil gehen Wellness und vegane Ernährung eine Melange ein. In dieser Mischung erscheint der Veganismus als ein Lebensstil, der in Form einer selbstständig gewählten Anstrengung vor allem die Gesundheit steigert, aber auch zu einer gesteigerten Lebensqualität beiträgt (allein schon durch das Gefühl des moralisch leichteren Gewissens). Mit ihren Texten, vor allem aber mit ihren Fotografien bringt Sophie zum Ausdruck, dass eine vegane Ernährung ihre Gesundheit, ihr Wohlbefinden und gleichermaßen ihren Genuss befördert – die vegane Ernährung erscheint innerhalb dieser Wellness-Rahmung als ein „Wohlfühl-Verbesserungsangebot“ (Mixa 2016, 103).

Im Wellness-Kontext zeigt sich zudem: Gesundheit und Genuss (der zum Wohlfühlen für die meisten Menschen wohl dazugehört) schließen sich im gegenwärtigen Veganismus-Diskurs oder zumindest auf Sophies Profil nicht aus. Dies steht im Kontrast zu der Vermutung, dass Verzicht, insbesondere im Zusammenhang mit alltäglicher Ernährung, als ‚natürlicher Feind‘ des Genusses gilt. Ein Blick in die Gedankenwelt der Verzichtenden weist jedoch auf eine gegenteilige Wahrnehmung hin: Die Porträtierten verstehen den Veganismus als einen Ernährungs- und Lebensstil, „der lustvoll eingeschränkt ist“ (Wilberg 2016, 230). Sowohl Sophie als auch die anderen Porträtierten vermeiden oder entkräften den „genussfeindlich konnotierte[n] Begriff des Verzichts“ (Häußler 2011, 109), der in der Umweltbewegung der 1980er-Jahre noch als ein Leitmotiv diente. Inzwischen gäbe es im Grunde für sämtliche tierische Produkte schmackhafte ‚vegane Ersatzprodukte‘. Selbst ohne Ersatzprodukte könne man mit den zu erlernenden Koch-Praktiken schmackhafte Speisen zubereiten. Die Kombination aus genussreichem und gesundem Essen erscheint auf den analysierten Profilen als eines der zentralen Versprechen, das aus einer veganen Ernährungsweise erwachsen kann. Dem Terminus ‚vegan‘

kommt dabei die Funktion eines Genuss- und Gesundheits-Siegels zu. Gesundheit und Genuss bedingen sich in dieser Lesart gegenseitig. Durch das dem Veganismus inhärent erscheinende Genuss-Moment (vgl. Endres 2012) wird er zu einer Praktik, die zu einem gesunden und erfüllten Leben führt – man könnte mithin sagen, er wird zu einer Wellness-Praktik.

Auch bildsprachlich thematisiert Sophie die soeben skizzierten Versprechen und „besetzt“ (Posner & Wilk 2008, 25) die veganen Rezepte und Speisen mit der wünschenswerten Wirkung, die Gesundheit zu fördern. Wie die meisten der Porträtierten bearbeitet sie ihre Essensbilder vor der Veröffentlichung auf Instagram. Vor allem die Farben intensiviert sie nicht nur mit den von Instagram zur Verfügung gestellten Filtern, sondern auch mit weiteren externen Anwendungen.

Indem Sophie die Farbigkeit (vgl. Poehls 2020, 310–313) der Speisen betont, verweisen die abfotografierten veganen Gerichte auf Eigenschaften wie Frische und Natürlichkeit. Betrachtende nehmen sie dadurch tendenziell als besonders gesund wahr. Außerdem unterstreichen die häufig auf Sophies Teller zu findenden rohen Obst- und Gemüsesorten den gesundheitlichen Aspekt noch einmal. Das Rohe verweist auf das Natürliche – und je natürlicher eine Mahlzeit erscheint, umso gesünder wirkt sie meist (vgl. Ott 2017, 435).

Neben der farblichen Gestaltung sowie einer starken Ästhetisierung lehnt Sophie ihre Essensbilder bewusst an das Genre des *Foodporn*s⁶⁹ an. Diese Anlehnung ist als ‚bewusst‘ zu bezeichnen, da Sophie jene Fotografien häufig mit dem von ihr darunter gesetzten Hashtag „#Foodporn“ entsprechend kontextualisiert. Wie für Foodporn-Aufnahmen charakteristisch „kitzeln“ Sophies Aufnahmen „die Geschmacksnerven und haben in ihrem Voyeurismus ein dezidiert unanständiges Moment“ (Schröder 2020). Auf ihren Fotografien spielt sie mit der Assoziation der „Erotik des Schmeckens, Fühlens, Essens“ (Schröder 2017). Wie für Foodporn üblich (vgl. Schröder 2020) fokussiert Sophie hierfür vor allem die Texturen, die Erotik der Speisen rückt damit in den Vordergrund. Auf ihrem Instagram-Profil finden sich beispielsweise Nahaufnahmen von knusprigem Tofu oder flüssigem Porridge, das mit Hafermilch und cremigem Nussmus besprenkelt ist. Auch in ihren Storys tauchen regelmäßig *Closeups* auf, die „den ästhetischen Konventionen pornografischer Darstellungen“ (Schröder 2017) ähneln. Sophie

⁶⁹ Unter dem Neologismus ‚Foodporn‘ werden gemeinhin Fotografien verstanden, auf denen Nahrungsmittel ästhetisch arrangiert werden und im Mittelpunkt der Aufnahme stehen. Meist werden die Bilder im Nachgang intensiv nachbearbeitet oder mit Effektfiltren versehen. Der Zusatz ‚porn‘ impliziere eine Ähnlichkeit zur Pornografie. Neben ästhetischen Parallelen leite sich die Anlehnung auch von der schnellen Verbreitung ab, die der von pornografischen Inhalten ähnelten. Auch die Art des Konsumierens sei der Pornografie dahingehend ähnlich, dass ‚Foodporn‘ genauso wie Pornografien visuell kommuniziert würden. Ziel sei den die Betrachtenden zu verführen. Unumstritten ist der Terminus nicht; die Zuordnung zu ‚Porn‘ würde die Pornografie verharmlosen (vgl. Schröder 2017).

rückt dann mit ihrer Kamera besonders nah an ihr Porridge heran, lässt den Löffel in die weiche Masse gleiten und bewegt ihn langsam vor und zurück, um den Betrachtenden die Konsistenz zu zeigen.⁷⁰

Hin und wieder nutzt Sophie die den Essensbildern anhaftende „Aura von Intimität“ (Schröer 2020) auch für Selbstporträts, wenn sie sich mit Speisen posierend erotisch in Szene setzt. Vor allem in der Kombination mit Fast Food. Exemplarisch lässt sich dies an einem ihrer Selbstporträts verdeutlichen: Sophie sitzt auf einer roten Ledercouch, vor ihr befindet sich ein mit Pommes Frites üppig beladener Teller. Eine lange Pommes Frites nimmt dabei den Platz einer Zigarette in ihrer Hand ein. Dazu posiert sie lasziv. Ihre Lippen erstrahlen in einem intensiven Rot, Sophie zwinkert den Betrachtenden mit dunkel geschminkten Augen zu. Untertitelt ist das Bild mit folgendem Satz: „LOOKING SMOKING HOT WHILE EATING MY FRENCH FRIES 🍷👉 [...]“ Vor dem Hintergrund ihrer Essgeschichte stechen ihre Fast-Food-Porn-Bilder auf ihrem Profil besonders hervor. Die Botschaft ihrer Fast-Food-Selfies steht im Kontrast zu Sophies restriktivem Essverhalten in der Vergangenheit, aber auch zu ihrer gesundheitsbetonten Ernährungsweise in der Gegenwart. Vor diesem Hintergrund wecken ihre Fast-Food-Porn-Bilder die Assoziation des Sündigen (vgl. Schröer 2020) und des Genusses noch einmal mehr. Nicht zuletzt im Interview wurde klar, dass der Aspekt der Gaumenfreude beim Essen (und anderen Lebensbereichen) für Sophie zur Zeit ihrer Magersucht keinerlei Rolle spielte. Durch die entlehene Sprache der Sexualität (vgl. Ott 2017, 447) bringt Sophie ihren wiedererlangten (Essens-)Genuss auf Instagram visuell zum Ausdruck. Ihrem vergangenen essgestörten Selbst, das möglichst wenig zu sich nehmen wollte, stellt sie im virtuellen Raum ein im veganen Genuss schwelgendes Selbst entgegen. Nicht nur mit Fast-Food-Selfies, sondern auch mit ihren alltäglichen Mahlzeiten, die allesamt der ‚Foodporn-Ästhetik‘ entsprechen. Sophie bringt damit täglich zum Ausdruck, dass sie wieder genießen kann.

Eine zentrale Botschaft, die ihren Instagram-Beiträgen innewohnt, ist, dass Wellness-Gefühle mit einer veganen Ernährung vereinbar sind. „Psychophysisches“ Wohlbefinden wird mit einer veganen Ernährung zu einem „erreichbaren Ziel“ (Greco 2004, 296). Allerdings ist der Veganismus innerhalb von Sophies Erzählung nur eine Wellness-Praktik unter vielen. Anderen Praktiken wie Yoga, Meditation und Übungen zur Selbstakzeptanz tragen ebenso zu ihrer Selbstinszenierung auf Instagram bei.

⁷⁰ Jene ‚Löffel-Inszenierung‘ sowie die farbliche Nachbearbeitung und die nicht zu vergessende minutiöse Drapierung sind innerhalb des untersuchten Feldes ein gutes Beispiel für die gängige Praktik des gegenseitigen Kopierens.

Mit Blick auf die anderen Fallbeispiele fällt auf, dass sich der hier beschriebene Wellness-Erzähltopos dort in ähnlicher Weise wiederfindet. Das Versprechen des Wohlbefindens dient den Porträtierten sowohl als Motivation für die eigene vegane Lebensweise als auch im Gespräch mit Nicht-Veganer*innen, um diese von der veganen Lebensweise zu überzeugen. Eine „Weigerung, den Zustand des Sich-Wohlfühlens anzustreben“ (ebd., 296), verstehen die porträtierten Veganer*innen als Schwäche. Verschließen sich Personen diesen ‚Potenzialen‘, reagieren die hier Porträtierten tendenziell mit Unverständnis. Umgekehrt erweist sich die Ausübung der Wellness-Praktik des ‚Veganseins‘ als Akt der Stärke und der Selbstbestimmtheit. Auf Sophies Profil äußert sich dies auch bildsprachlich, wenn sie beispielsweise auf Fotografien die Pose des „Warriors“ im Yoga einnimmt und sich in den Bilderuntertexten mehrfach als Kämpferin beschreibt. Im Vergleich zu Theresa kämpft Sophie jedoch primär für ihr eigenes Wohlbefinden, während Theresa ihre Energie in den Kampf für das Wohlbefinden der Tiere investiert.

5.6 Vincent, der Besseresser

„Problem ist nur, wenn ein selbst ernannter Ernährungsexperte mir gegenüber sitzt [...] und will mir als Ernährungsexperte erklären, was gesunde Ernährung ist, dann hat er ein Problem.“

Vincent betreut gleich vier unterschiedliche Kanäle im Netz: ein Instagram-Profil, einen YouTube-Kanal, einen Podcast sowie einen Online-Kurs. Auf allen Plattformen erläutert er – mal mehr, mal weniger detailliert – weshalb eine vegane Ernährung aus seiner Sicht gesundheitsförderlich sei und wie eine ideale Ausübung auszusehen habe. Der Glaubenssatz, dass eine vegane Kost aus gesundheitlicher Sicht die bessere Wahl sei, scheint in der Innenwelt des Porträtierten fest verankert – deshalb ist es Vincent ein großes Anliegen, diese Überzeugung weiter zu verbreiten.

Ein wichtiger Kanal dafür ist Vincents Instagram-Profil. Knapp 15.000 Follower*innen versammelt er dort zum Zeitpunkt des Interviews. Mit seinen Beiträgen versucht er regelmäßig, gängige Argumentationsmuster gegen den gesundheitlichen Mehrwert einer ausgewogenen veganen Ernährungsweise zu widerlegen (den Aspekt der Ausgewogenheit betont Vincent regelmäßig). Neben seinen theoretischen Überlegungen finden sich grundlegende Handlungshinweise für eine gesunde vegane Ernährung sowie Verweise auf umfassendere Anleitungen und Informationen auf (seinen) anderen Plattformen. Vincents Instagram-Profil scheint neben dem

aufklärerischen Impetus auch der Selbstvermarktung als „ganzheitlicher Ernährungsberater“ zu dienen.

Mit seinen 37 Jahren ist Vincent der älteste Interviewpartner meines Samples. Die von ihm veröffentlichten Bilder zeigen hauptsächlich ihn sowie ab und an seinen Sohn und seine Tochter, die zum Zeitpunkt des Interviews knapp zwei und vier Jahre alt sind. Ungefähr für die Hälfte der Bilder engagiert Vincent eine professionelle Fotografin – ständig selbst Fotos zu schießen, erscheint ihm als zu lästig, begründet Vincent im Interview. Doch professionelle und ästhetisch ansprechende Fotografien seien eine Art Notwendigkeit für ein erfolgreiches Instagram-Profil.

Einen deutlichen optischen Gegensatz zu den Porträts bilden die regelmäßigen Produktfotografien. Allein die Art der Aufnahme offenbart, dass es bei diesen Posts vor allem um das Zeigen des Produkts geht, die ästhetische Komponente rückt in den Hintergrund. Unter diesen schnappschussartigen Fotografien veröffentlicht er jeweils seine persönliche Geschmacksbewertung. Vincent scheint die Produktpalette an veganen Lebensmitteln beständig im Blick zu behalten und sich mit Freude durch neue vegane Produkte zu testen – seine Auswahl reicht dabei vom Discounter bis zum Bio-Markt und wird seinen Angaben nach in der Regel nicht entlohnt.

Optisch vereint werden die unterschiedlichen Bildbeiträge durch die Farbe Grün, die sein Profil klar dominiert. Grüne Schriftzüge und Bildhintergründe sowie die offensichtlich bewusste Inszenierung grüner Gemüsesorten auf seinen Essensfotografien ergeben eine ‚sprechende‘ Ästhetik, die durch die ausnahmslose Verwendung eines Grünstich-Filters für die Fotografien noch geschärft wird. Die Überschrift dieses Fallbeispiels könnte deshalb genauso gut „Vincent, der Grüne“ lauten – aufgrund der Farbe und weil er aktiv für einen aus seiner Sicht umweltbewussten Lebensstil wirbt.

5.6.1 Kennenlernen bei einem „Vegan Meetup“

Wie mit allen anderen Interviewpartner*innen tausche ich mich auch mit Vincent zunächst per E-Mail aus. Vincent schlägt vor, dass ich zu einem von ihm organisierten „vegan Meetup“ dazukomme, um im Anschluss an das Treffen gemeinsam das Interview durchzuführen. Ich treffe ihn schließlich in Nürnberg in einem veganen Burger-Restaurant. Eigentlich wohnt Vincent mit seiner Frau und seinen beiden Kindern in Berlin, doch zum Zeitpunkt des Interviews ist er in Elternzeit und in seiner Heimatstadt bei seiner Mutter zu Besuch.

Als ich in der Gaststätte eintreffe, ist Vincent bereits vor Ort und stellt mich den anderen Teilnehmer*innen des Veganer*innen-Treffens vor, die mich neugierig mustern. Dabei vergisst

er nicht zu erwähnen, dass ich seinerwegen am Stammtisch teilnehme, da er sich für ein Interview mit mir bereit erklärt habe. Wir bestellen gemeinsam Burger und ich versuche mich mit Small Talk in die Gruppe zu integrieren. In den Gesprächen geht es immer wieder darum, welche positiven Erfahrungen man mit der veganen Ernährung gemacht habe, aber auch um andere alltägliche Dinge abseits der Ernährung. An meinem Forschungsprojekt wird ebenfalls Interesse bekundet. Es ist ein angenehmes Beisammensein, ich fühle mich gut aufgenommen.

Im Interview wird später klar, dass Vincent sich selbst als Gründer der veganen Meetups in Nürnberg begreift – über Instagram und Facebook habe er diese Treffen initiiert. Mit seinen 37 Jahren ist er am Tag des Treffens vermutlich der älteste in der Runde. Aufgrund seiner Reichweite von 15.000 Follower*innen auf Instagram versteht er sich als renommierter Influencer und als eine Art Sprachrohr der ‚veganen Szene‘. Innerhalb der Gruppe wirkt Vincent wie eine Art ‚Leitwolf‘, wie jemand, zu dem die jüngeren Teilnehmer*innen ein Stück weit aufsehen. Während des gesamten Treffens richten sich innerhalb der Gruppe viele Fragen immer wieder an ihn.

Ungefähr drei Stunden dauert das gemeinsame Mittagessen. Im Anschluss fahren außer Vincent und mir alle Teilnehmer*innen des Meetups zur lokalen Metro-Filiale, um dort eine Großpackung veganer Burger-Bratlinge zu erstehen, die, wie ich von Vincent erfahre, erst seit Kurzem in Deutschland verfügbar seien. Während die anderen unterwegs sind, führe ich mit Vincent ein knapp eineinhalbstündiges Interview. Dadurch, dass ich zuvor bereits bei dem veganen Meetup dabei war, ist die Stimmung zwischen uns entspannt – die laut dröhnende Musik zwingt uns allerdings, uns teilweise fast anzuschreien. Wie ich schon anhand der zuvor beobachtenden Gruppendynamik vorausahnte, steht mein Gesprächspartner gerne im Mittelpunkt. Mir als Interviewerin kommt Vincents Redseligkeit entgegen, auch wenn ich mich während des Gesprächs immer wieder bewusst an meinen Fragenkatalog erinnern muss, damit das Gespräch von meinem Gegenüber nicht in andere Bahnen gelenkt wird.

5.6.2 Vom Zuckerverzicht zum Verzicht auf Tierprodukte

Im Interview erfahre ich, dass Vincent seit knapp sechs Jahren vegan lebt – genau wie seine Ehefrau und seine beiden Kinder. Während ihrer ersten Schwangerschaft habe sich seine Frau aus Unsicherheit vegetarisch ernährt, bei der zweiten ausschließlich vegan, so lässt mein Gegenüber mit stolzem Unterton verlauten. Erwacht sei seine Begeisterung für die vegane Ernährung mit seinem Interesse an gesunder Ernährung im Allgemeinen. Und dieses Interesse, so erzählt Vincent weiter, fuße vermutlich auf der Brustkrebserkrankung seiner Mutter und anderen „kleineren Schicksalsschlägen in der Verwandtschaft und Bekanntschaft“.

„Wenn man so mitkriegt, eigentlich sterben die Leute um einen herum weg. Und das teilweise schon mit Mitte 30, Anfang 40. Also mein leiblicher Vater, der ist mit Anfang 40 gestorben. Auch wegen irgendwelcher gesundheitlichen Probleme. Meine Mutter hatte eben Brustkrebs. Brustkrebs ist ja mittlerweile bei Frauen eigentlich eine Volkskrankheit. [...] Das ist keine seltene Krankheit mehr. Da sollte man schon überlegen, woher das kommt.“ (IV)

Vor allem die Problematik eines zu hohen Zuckerkonsums und die karzinogene Wirkung von Zucker hätten ihn zu dieser Zeit umgetrieben. Rückblickend bezeichnet er sich als „Zucker-Junkie“. Bis heute sei er vom Zucker nicht losgekommen. Sein Instagram-Profil spiegelt diese Vorliebe – vor allem unter seinen Produktfotografien finden sich zahlreiche vegane Süßspeisen. Vincent erzählt weiter, dass er in die vegane Ernährung mehr „aus Zufall reingeraten“ sei. Tatsächlich habe die Auseinandersetzung mit Möglichkeiten zur gesunden Ernährung seinen ersten Kontakt mit dem Veganismus ausgelöst.

„Irgendwie, beim Durchforsten vom Internet wegen Zuckersucht und was man dagegen tun kann, bin ich über die vegane Ernährung gestolpert. Habe halt irgendwie gewisse Berichte gesehen, [...] wo ich festgestellt habe: Ok, man scheint doch als Veganer keinen Nährstoffmangel zu haben. Anscheinend kann man doch alles abdecken. Und dadurch, dass ich Kalorien gezählt habe, konnte ich – also, ich habe das mit Onlinetrackern gemacht –, konnte man auch sehr schnell nachforschen, ob auch wirklich diese Nährstoffe in dem und dem Lebensmittel drin sind. So habe ich dann festgestellt: Gut, scheint doch keine Mangelernährung zu sein. Und das hat mich halt irgendwie interessiert. Ich habe da ein bisschen weiter geforscht und mich weniger zu der Zuckersucht, sondern mehr hin zu vegan erkundigt, habe mir auch so ein paar Rezepte angeschaut. Die haben sich lecker angehört, die habe ich ausprobiert. Fand ich geil, haben richtig gut geschmeckt. Was so dieser ausschlaggebende Faktor vermutlich war, war einfach so [das Gefühl] nach der Mahlzeit. Du warst satt, aber du hast dieses Völlegefühl nicht. Normalerweise als Fleischesser kennt man das ja eigentlich. Man hat nach jeder Mahlzeit ein Völlegefühl. Und das war bei mir bei diesen veganen Mahlzeiten komplett weg.“ (IV)

Nachdem Vincent sich durch unterschiedliche vegane Rezepte probiert hatte, entschied er sich für einen auf eine Woche terminierten ‚Selbstversuch‘ mit ausschließlich veganer Kost. Seinen Versuch zeichnete er auf, um später daraus ein YouTube-Video zu schneiden.

„Ich habe mir selbst gesagt: maximal eine Woche, weil ich Fleisch zu sehr liebe. [...] Nach zwei, drei Tagen habe ich einfach eine Änderung in meinem Körper gemerkt. Mir ging es wirklich nach zwei, drei Tagen unheimlich besser. Viel, viel besser. Wie gesagt, dieses Völlegefühl war komplett weg. Und da habe ich dann für mich beschlossen, weil ich dann gemerkt habe, es fühlt sich besser an. Es war nicht mal der ethische Grund jetzt in dem Sinne, dass ich sage: Ich habe psychisch ein besseres Gefühl, weil ich kein Tier leiden lasse. Sondern einfach wirklich, ich habe mich für mich selber gesundheitlich, körperlich habe ich mich besser gefühlt. Wo ich dann nach drei vier Tagen gesagt habe: Ok, jetzt auf unbefristete Zeit.“ (IV)

In seinem sozialen Umfeld eckte Vincent mit seiner neuen Ernährungsweise zunächst an. Er habe erst einmal lernen müssen „wie man [als Veganer] mit seinem Umfeld umgeht“. Inzwischen sei sein „Erfolgsrezept“, sich in Zurückhaltung zu üben und das Thema niemals von sich aus anzusprechen. Diese zurückhaltende Strategie diene allerdings nicht unbedingt dem Zweck, sozialen Konflikten zu entgehen – er diskutiere gerne mit Nicht-Veganer*innen. Vielmehr habe er die Erfahrung gemacht, dass sich sein Gegenüber der Thematik meist offener gegenüber zeige, wenn Gesprächspartner*innen das Gespräch selbst auf Vincents Vegansein lenkten. „Du erreichst verdammt viel bei den Leuten, wenn du zurückhaltend bist und ein Geheimnis daraus machst.“ Mit dieser Strategie verhält er sich konträr zur gesellschaftlichen Erwartungshaltung, „dass der Vegetarier mit seiner Lebensweise nicht hinter dem Berg hält“ (Klotter 2016, 10). Da sich Vincent dieser Erwartungshaltung bewusst ist, versucht er ein solches Verhalten zu vermeiden. Ähnliche Strategien, um sich konträr zur gesellschaftlichen Erwartungshaltung zu verhalten, finden sich auch in anderen Fallbeispielen. Der im Feld präsente Begriff der ‚Inspiration‘ ist hierfür ein besonders eindrückliches Beispiel (siehe Fallbeispiel Robert).

Trotz etwaiger sozialer Schwierigkeiten oder Unbequemlichkeiten, die mit der veganen Lebensweise einhergehen, zeigt sich Vincent im Interview froh darüber, dass er „diesen ganzen Scheiß“ nicht mehr unterstütze. Für ihn gäbe es „kein Zurück mehr“. Er lässt anklingen, dass er inzwischen nicht nur von den gesundheitlichen, sondern ebenso von den tierethischen und ökologischen Motiven überzeugt sei – obschon er mehrfach betont, dass das am Anfang nicht so gewesen sei. Analog zu anderen Fallgeschichten fand auch Vincent zunächst aus einem Wunsch nach Krankheitsprävention und gesundheitlicher Optimierung zur veganen Ernährung. Die positiven Erfahrungen am eigenen Leib führten in der Folge zu einer Beschäftigung mit weiteren Gründen, die für eine vegane Lebensweise sprechen, und die Vergegenwärtigung dieser Motive führten wiederum zur Verfestigung des Selbstverständnisses als Veganer. Auch der Vergleich mit Nicht-Veganer*innen (die „diesen ganzen Scheiß“ unterstützen) sowie die Aus-

einandersetzung mit den eigenen Wertvorstellungen führten zu der Überzeugung, das Richtige zu tun.

Nichtsdestoweniger erscheint in Vincents Fall das gesundheitliche Argument als primärer Antreiber. Beispielhaft sei dies daran illustriert, dass Vincent aus den Bedingungen der Intensivtierhaltung vor allem der Gesundheit abträgliche Folgen ableitet:

„Leidet die Seele, leidet die Gesundheit unseres Organismus. Bei den Tieren kann es ja nicht anders sein. Wenn Tiere leiden, dann leidet auch die Qualität des Fleisches. Und dadurch kann das Fleisch auch nicht gesund sein im Endeffekt.“ (IV)

5.6.3 Leidenschaft zum Beruf machen

Desto mehr Vincent sich mit von Veganismus-Verfechter*innen vorgetragenen Vorteilen einer veganen Ernährung und Lebensweise auseinandersetzt, umso mehr wächst in ihm der Wunsch, selbst zum Orientierungsanker für andere Menschen zu werden. Die positiven Auswirkungen der veganen Diät auf seinen Körper beeindruckten ihn so nachhaltig, dass er in seiner Freizeit eine Ausbildung zum „Fachberater für ganzheitliche Gesundheit mit dem Schwerpunkt Ernährung“ absolviert, auch, um seinen veganen Lebensstil zur Erwerbsgrundlage auszubauen. Vincent erzählt im Interview weiter: „Wer träumt nicht davon, sein Hobby zum Beruf zu machen? Oder mit seiner Leidenschaft Geld zu verdienen“ und er habe schon immer das Ziel verfolgt, sich „irgendwie mal selbstständig zu machen.“ Mit seiner heutigen Selbstständigkeit als veganer Ernährungsberater wolle er anderen Menschen näherbringen, „was eine gesunde Ernährung bedeutet. Und wie man sich gesund isst.“

Zum Zeitpunkt des Interviews versucht Vincent – neben seiner Anstellung als Softwaretester – sein zweites berufliches Standbein auszubauen und neue Kund*innen zu akquirieren, um perspektivisch den Lebensunterhalt für seine Familie ausschließlich als Berater für vegane Ernährung bestreiten zu können.

Zur Vermarktung seiner Tätigkeit als Ernährungsberater für vegane Ernährung setzt er vor allem auf soziale Medien. Weiterhin begründet Vincent seine umfangreiche Präsenz damit, dass er schon immer „internet- und computerbegeistert“ gewesen sei, das spiegle sich auch in seinem Job als Softwaretester. „Das Ganze hat mich irgendwie zu YouTube getrieben.“ Etwa vor vier Jahren von dem Interviewzeitpunkt eröffnet er seinen YouTube-Kanal. Dort lädt er regelmäßig Videos hoch, in denen es darum geht, wie man sich als Veganer*in ausgewogen ernähren und damit seine eigene Gesundheit fördern kann.

YouTube ist für Vincent zunächst keine Erfolgsgeschichte. Da sich sein Kanal anfangs nicht der erhofften Beliebtheit erfreute, pausierte Vincent seine Video-Produktion für eine

„Denkpause“. Die daraufhin folgende Phase der Selbstreflexion führte ihn schließlich zu Instagram, wo er einen zweiten Versuch startete, um seinen damals noch jungen Selbstentwurf als veganer Ernährungsexperte erfolgreich zu vermarkten. Sein Profil habe zunächst als „Lückenhüßer“ gedient, doch relativ schnell habe sich die App zu einer Art „Sucht“ entwickelt. „Wenn man einmal damit anfängt, ist es dann halt irgendwann wie so eine Sucht“, erzählt Vincent im Interview. Für steigende Follower*innen-Zahlen investierte Vincent bereits in dieser frühen Phase viel Zeit und Mühe – mehrere Stunden pro Tag verwendete er, um auf Instagram andere Beiträge zu kommentieren, Likes zu verteilen, sich mit User*innen zu verknüpfen und täglich eigene Posts zu konzipieren.

„Ich habe die mir wirklich hart erkämpft. [...] [Z]eitmäßig kann man eigentlich schon sagen, dass ich eineinhalb, zwei Jahre mindestens, jeden Tag fünf, sechs Stunden investiert habe. Mindestens. [...] Also, es ist ja nicht so wie du gehst auf Arbeit, arbeitest fünf, sechs Stunden und machst dann Feierabend. Das ist ja was anderes. Du stehst auf, hast das Handy in der Hand. Zwei Stunden später wieder. Und nachts, bevor es ins Bett geht, oder du liegst abends im Bett und machst auch noch mal kurz. Und so weiter. [...] [W]enn man das geschäftlich betreiben will, ist man natürlich auch auf Zuschauer angewiesen und so weiter. Und wie es halt immer so schön heißt, es bringt der beste Content nichts, wenn keiner weiß, dass du da bist. Also muss man sich ja irgendwie mitteilen und so. Das heißt, kommunizieren mit anderen. Bei anderen schreiben auf Befehl. Andere Bilder kommentieren. Sich mit anderen Leuten unterhalten.“ (IV)

Da Anerkennung sowie anhaltende oder gar wachsende Follower*innenzahlen auf Instagram nur durch eine kontinuierliche Versorgung mit Posts zu erreichen sind, muss die Aufmerksamkeit „immer wieder aufs Neue hergestellt werden“ (Reichert 2017, 101). Im Interview offenbart sich, dass die Betreuung des Instagram-Profiles und die Vernetzung mit anderen Veganer*innen für Vincent keine ausschließlich spaßigen Angelegenheiten sind, sondern sich zu einer, wie er findet, lästigen Pflicht entwickeln. Sich auf dem Aufmerksamkeitsmarkt Instagram zu behaupten und permanent Reklame zu machen, fühlt sich für ihn immer wieder kräftezehrend an.

Wie alle ‚Netzprominenten‘ ist auch Vincent auf „das Publikum und dessen Rückmeldung angewiesen“ (Detel 2017, 256). Dieser Angewiesenheit ist sich mein Interviewpartner sehr bewusst. Wie bereits in anderen Fallbeispielen deutlich wurde, versucht auch Vincent sich in seine Follower*innen einzufühlen und auf deren Bedürfnisse einzugehen, um sich durch eine gezielte Content-Strategie jene Beachtung zu erarbeiten, die der Algorithmus der Plattform für eine Erweiterung der Reichweite verlangt. Doch egal wie sehr Vincent versucht, auf die Wünsche

seiner Follower*innen einzugehen und die Erfolgskriterien zu erfüllen, letztendlich weiß er nie, ob sich seine Bemühungen tatsächlich lohnen und ihm die gewünschte Aufmerksamkeit beschern – denn manchmal erhalten seine Instagram-Beiträge, trotz großer Mühen, nicht die gewünschte Aufmerksamkeit. Der „permanente Ausscheidungswettbewerb“ (Bröckling 2012, 147) auf der von Wettbewerbs- und Konkurrenzlogiken (vgl. Tauschek 2019, 87) geprägten Plattform Instagram zerrt immer wieder an Vincents Nerven. Der damit einhergehende Druck des „kreativen Imperativ[s]“ (Reichert 2008a, 14) lastet auf seinen Schultern. Im Interview erklärt er: „Ich glaube, rein privat wäre ich gar nicht auf Instagram. [...] Ich mache es eigentlich schon hauptsächlich, weil es eine Marketingplattform ist.“

5.6.4 Vertrauensvorschuss durch vermeintliche Authentizität

Im Interview erläutert Vincent mir, weshalb er auf Instagram ein hohes Potenzial für den Ausbau seiner Beratungstätigkeit sieht. Für die Kundenakquise sei ein Gefühl des Vertrauens essenziell: „Meistens, wenn die Leute zu mir kommen und sich von mir beraten lassen, dann kommen sie ja zu mir, weil sie mir als Person vertrauen.“ Dieses Vertrauen könne er über sein Profil generieren. Indem er regelmäßig in Storys vor die Kamera trete, auf Bildern zu sehen sei und seine Gedanken im Netz formuliere, könnten mögliche Kund*innen Vertrauen zu ihm aufbauen. Vincents zugrundeliegende Strategie, um seinen Lebensstil zur Erwerbsgrundlage machen zu können, ist folglich der Aufbau einer vertrauenswürdigen Persona auf Instagram.

Entsprechend haben sich die zahlreichen Stunden, die er für seinen Selbstentwurf auf Instagram aufgewendet hat, seiner Einschätzung nach gelohnt. Sein auf 15.000 Follower*innen angewachsenes Profil und die mehreren hundert Likes unter seinen Beiträgen verleihen seiner Instagram-Inszenierung eine gewisse Autorität, der Expertenstatus erscheint dadurch ausreichend validiert. Aus Vincents Perspektive weist sein Profil somit vorab die Qualität seiner Ernährungsberatung nach.

Einen Schluss darauf, inwieweit dieser Qualitätsnachweis tatsächlich positiv auf die Nachfrage nach seinem Beratungsangebot wirkt, lassen die gesammelten Informationen nicht zu. Bedenkt man, für wie viele Menschen es heute alltägliche Praxis ist, bei der Auswahl von Produkten oder Dienstleister*innen auf die im Netz vertretene ‚Schwarmintelligenz‘ zu setzen, liegt eine derartige Wirkung jedoch nahe. Vincent selbst erzählt im Interview, dass ihm sein Instagram-Profil regelmäßig Kund*innen beschere, die seine Tätigkeit als Ernährungsberater in Anspruch nehmen wollten. Zusätzlich erreichten ihn via Instagram regelmäßig Anfragen für Werbekooperationen. Gleichwohl reicht Vincents Verdienst als Ernährungsberater zum Zeitpunkt des Interviews noch nicht, um seine Arbeit als Software-Entwickler aufzugeben. „Das

Geilste wäre natürlich, wenn ich jetzt einfach sage: Ok [...] mit dem, was ich jetzt hier mache [...], ich kann meine Familie damit ernähren, indem ich anderen Leuten helfe.“

Hinsichtlich Werbekooperationen betont Vincent im Interview, dass er diese Aufträge immer sorgfältig auswähle. Mit Nahrungsergänzungsmitteln könne er sich beispielsweise „dumm und dämlich“ verdienen, doch die meisten dieser Kooperationsanfragen lehne er ab, da er von Supplementen nicht sonderlich viel halte – eine ausgewogene Ernährung reiche für die Deckung aller essenziellen Nährstoffe. Im Interview entwirft sich Vincent damit als eine Person, die gegenüber seinen Follower*innen aufrichtig ist, trotz Werbekooperationen. Produkte möchte Vincent, wie es auch schon für Mütterbloggerinnen festgestellt wurde (vgl. Schmidt 2021), ehrlich und vertrauensvoll empfehlen; dieses Selbstverständnis als vertrauenswürdiger Ratgeber scheint für ihn essenziell.

„Wenn ich ein Produkt poste, für das ich bezahlt werde, oder für das ich gesponsert werde, [...] dann muss ich wirklich zu 100 Prozent selbst dahinterstehen. Und wenn es nur 99 Prozent sind, dann mache ich es nicht. [...] Das habe ich auch schon bei ein paar Firmen gemacht, wo ich gemeint habe: Tut mir leid. [...] Aber ich kann euer Produkt nicht bewerben, weil ich nicht dahinterstehen kann.“ (IV)

Hieran zeigt sich eine in der Gegenwart häufiger anzutreffende Kombination aus vorbildlicher Ethik und Profitstreben (vgl. Bernard 2017, 209) – die in Vincents Fall sogar in ein Gefühl der Sinnhaftigkeit mündet, da er mit seiner Arbeit auf Instagram und als Ernährungsberater anderen Menschen zu einem gesünderen Leben ver helfe.

„Also, damit habe ich ein gutes Gefühl dann, wenn ich sage: Ok, ich helfe den Leuten, gesund zu werden. Helfe den Leuten oder will den Leuten zeigen, was eine gesunde Ernährung bedeutet. Und wie man sich gesund isst. [...] Klar will man damit Geld verdienen, aber [ich will den] Leuten wirklich mit der Wahrheit das Geld aus den Taschen ziehen.“ [lacht] (IV)

5.6.5 Vegane Ernährung als Normalität

Die Gleichung ‚vegan ist gesund‘ durchzieht Vincents Profil und das geführte Interview wie ein roter Faden: „Gesunde Ernährung läuft automatisch auf Veganismus raus. Ist einfach so.“ Allerdings – und das ist eine wichtige Einschränkung, die er auch auf seinem Profil macht – sei eine vegane Ernährung nur gesundheitsförderlich, wenn man sich ausgewogen vegan ernähre und diese Ausgewogenheit gelte es zu erlernen.

Hierzu sei noch angemerkt: Vincent widmet sich in seinen Instagram-Beiträgen nicht nur den positiven Auswirkungen einer an Gesundheit orientierten Ernährungsweise, sondern thematisiert hin und wieder auch die damit möglicherweise einhergehende Problematik einer zu stark auf Gesundheit fixierten Esspraxis. Insbesondere apodiktische Vorschriften des Verzichts sieht er, ähnlich wie meine Interviewpartnerin Lea, kritisch. Wenn die Gedanken zu oft um die tabuisierten Lebensmittel kreisten, könnte der oktroyierte Verzicht zu Essstörungen oder Ähnlichem führen. Dieses Risiko thematisiert er in einem Instagram-Beitrag:

„Lass dir keine Vorschriften machen, was und wie du essen sollst. Der Weg ist das Ziel. Rom wurde auch nicht an einem Tag gebaut. Vergesst die pseudo Experten, die meinen, man darf gewisse Lebensmittel nicht essen, weil sie krank machen. Das dogmatische Denken macht krank. Ansonsten macht immer nur die Dosis das Gift. Geh deinen Weg, wie du ihn für richtig hältst. Ich kann dir in Sachen Ernährung dabei helfen das Wissen für eine gesunde Ernährung zu erlangen, aber wie bzw. wie schnell du den Weg gehst, musst du selbst entscheiden. [...] #veganberlin [...] #gesundleben #veganwerdenwaslosdigga [...] #plantbased [...] #govegan“ (IG)

Verzicht bewertet Vincent hier und in mehreren weiteren Fällen auf seinem Instagram-Profil als zu ‚dogmatisch‘ und prinzipiell problematisch. Im Kontext des öffentlichen Eintretens für eine vegane Ernährung mag dies überraschen – schließlich steht der bewusste und ausnahmslose Verzicht auf tierische Produkte im Zentrum des Veganismus. Allerdings zeigt der erweiterte Blick auf seine anderen Beiträge, in denen er Essens-Tabus kritisch behandelt, dass er den der veganen Ernährung inhärenten Verzicht dabei konsequent ausspart. Den strikten Verzicht auf „Junkfood“, wie Vincent es häufig nennt, findet er problematisch, den strikten Ausschluss tierischer Lebensmittel dahingegen stellt er auf seinem Profil nicht in Frage.

Auch wenn die These umstritten ist, dass eine rein pflanzliche Kost die Chance, an einer Orthorexie nervosa zu erkranken, erhöht, oder die Kausalkette vielmehr andersherum zu verstehen ist (entsprechend gefährdete Personen entscheiden sich eher für eine vegane Ernährung), bleibt die krankhafte Fokussierung auf eine zu gesunde Kost ein sich gegenwärtig häufendes Problem (vgl. Klotter 2016, 22; Koeder 2021). Eine warnende Auseinandersetzung durch Vincent läge also nahe – doch die Verzichtspraktiken des Veganismus stellt Vincent, wie bereits erwähnt, nicht infrage. Meines Erachtens lässt sich dies mit den fest verankerten Glaubenssätzen des Porträtierten begründen, die sich durch die Analyse des Interviews und seiner Instagram-Beiträge nachvollziehen lassen: Zum einen sind aus Vincents Perspektive tierische Produkte für den Menschen aus gesundheitlicher Sicht keineswegs notwendig – ein Verzicht also

gesundheitlich weitestgehend unproblematisch. Zum anderen ist der Verzicht auf tierische Produkte für ihn routinierte Alltagspraxis, wie der Konsum tierischer Lebensmittel für die Mehrheit der Bevölkerung fest zum Alltag gehört. Da sein veganes Einkaufsverhalten inzwischen Alltag ist, empfindet er den Verzicht auf Tierprodukte nicht mehr als herausfordernd – vor seinen eigenen Erfahrungen erscheint deren Fehlen auf dem täglichen Speiseplan also auch hinsichtlich der mentalen Gesundheit unproblematisch.

Deutlich wird hieran noch ein weiterer Aspekt: Trotz des dem Menschen nachgesagten „Geschmackskonservatismus“ (Tolksdorf 2001, 247) können Einzelne sehr wohl ihre Ess-Routinen ändern. Dies mag nicht größer verwundern, bemerkenswert ist vor allem, dass sich anhand Vincents Fallbeispiel zeigen lässt, dass der Verzicht auf Tierprodukte langfristig nicht mit Gefühlen des Verzichts einhergehen muss, obwohl er die Auswahl im Supermarkt oder Restaurant einschränkt. Doch da Normalität nun mal „nicht als äußerer Zwang auf die Individuen ausgeübt, sondern von den handelnden Subjekten selbst hergestellt“ (Waldschmidt 2004, 192) wird, kann sich ein anfänglicher bewusster und womöglich schwerfälliger Verzicht in eine Routine wandeln: Sobald der Verzicht auf Tierprodukte für die ausübende Person zur nicht mehr hinterfragbaren Normalität geworden ist, fühlt sich diese ‚Einschränkung‘ nicht mehr wie ein Einschnitt in die persönliche Freiheit an, sondern womöglich eher als eine Realisation der individuellen Handlungsmöglichkeit, *nein* zu Tierprodukten zu sagen – so spiegelt es sich zumindest auch in anderen Fallbeispielen wider.

5.6.6 Erweckung, Enthüllung, Entschleierung?

Neben Ernährungstipps für eine ausgewogene vegane Kost greift Vincent auf seinem Profil Kritikpunkte und Gegenargumente hinsichtlich des gesundheitlichen Mehrwerts einer veganen Ernährungsweise auf und widerlegt diese aus seiner Sicht in plausibler Weise. Kritische Auseinandersetzungen mit der seinerseits propagierten Gleichung ‚vegan ist gesund‘ finden sich auf seinem Profil nicht – ein markanter Unterschied zu öffentlich-rechtlichen Informationsquellen, in denen zwar befürwortende, aber auch skeptische oder zumindest zurückhaltende Einschätzungen zur gesundheitlichen Auswirkung einer veganen Ernährung zu finden sind. Das Positionspapier der Deutschen Gesellschaft für Ernährung z.B. rät vor allem in „sensiblen Lebensphasen“ von einer rein pflanzlichen Ernährung ab (vgl. DGE 2020b). Zugunsten der Eindeutigkeit und Klarheit negiert Vincent auf seinem Profil eine Vielfalt von Wirklichkeiten, indem er berechnete Gegenpositionen als faktisch falsch deklariert. Die von ihm formulierten Gegenargumente liegen jedoch teilweise quer zum aktuellen Stand der Ernährungsforschung oder vernachlässigen bestimmte ernährungsphysiologische Aspekte. Außergewöhnlich ist

solch eine selektive Auswahl von Informationen nicht – aus der Kognitionspsychologie ist bekannt, dass Menschen zu Bestätigungsfehlern neigen, auch *Confirmation Bias* genannt, um ihr jeweiliges Weltbild zu schützen (vgl. Nickerson 1998).

Mit der Verbiegung von Argumenten und der Suggestion von Wissenschaftlichkeit – auch durch die Berufung auf Expert*innen sowie die Erwähnung von Studien – und dem damit einhergehenden Ziel der Offenbarung unterdrückter Informationen erinnert Vincents Instagram-Erzählung vordergründig bisweilen an bekannte Muster von Verschwörungserzählungen (vgl. Butter 2018). Nun mag mein Deutungsangebot der gegenwärtigen Popularität wissenschaftlicher Auseinandersetzungen mit Verschwörungserzählungen geschuldet sein – ein Beispiel für die Situiertheit wissenschaftlichen Wissens (vgl. Heimerdinger & Tauschek 2020, 12). Gleichwohl finden sich in Vincents konspirationistischen Texten ähnliche Argumentationsweisen und die analytische Zusammenschau kann hier einen produktiven Zugang zu Vincents Beiträgen eröffnen. Damit soll allerdings keinesfalls gesagt werden, dass Vincent ein Verschwörungserzähler ist. Ein großer Unterschied zu gängigen Verschwörungserzählungen liegt darin, dass Vincent nicht über eine „im Verborgenen agierende Gruppierung“ spricht, „deren Plan es ist, eine Instanz zu stürzen, eine Nation oder gar die ganze Welt zu kontrollieren und zu zerstören“ (Frizzoni 2020, 9). Die Einbeziehung wissenschaftlicher Arbeiten zu Verschwörungserzählungen ist innerhalb der folgenden Abschnitte lediglich als „Sehhilfe“, als ein „situatives Werkzeug“ (Heimerdinger & Tauschek 2020, 20) zu verstehen.

Das nachfolgende Zitat soll nun ein auch aus Verschwörungserzählungen bekanntes Argumentationsmuster illustrieren, das sich auf Vincents Profil häufiger findet. Mögliche Gegenanzeigen, die Vincents Position ‚vegan ist gesund‘ zuwiderlaufen, werden von ihm in stabilisierende Argumente umgedeutet.

„Schon gewusst? Immer wieder fällt auf, dass Veganer einen Vitamin D und Vitamin B12 Mangel haben. Tatsächlich ist es so, dass Veganer viel schneller auf diese zwei Vitamine getestet werden oder sich selbst um einen Test kümmern. Mischköstler machen das eher selten und selbst bei den typischen Mangelsymptomen werden sie oftmals nicht so schnell auf Vitamin D und B12 getestet. Logisch, dass man dann eine Tendenz bei Veganern für einen Mangel feststellt. Auch wenn Tiere in Milch- und Fleischindustrie beides supplementiert bekommen, haben Mischköstler dennoch meist einen Mangel. #schongewusst #veganwerdenwaslosdigga“ (IG)

Vincents Text suggeriert den Lesenden, dass ein Vitamin-B12-Mangel ein allgemeines Problem und nicht nur ein Problem einer veganen Ernährung sei. Die Validität seiner Aussagen lässt

sich exemplarisch mittels eines Abgleichs⁷¹ mit aktuellen fachwissenschaftlichen Erkenntnissen zum Vitamin B12 prüfen.⁷² Dem durch die *Deutsche Gesellschaft für Ernährung* (vgl. DGE 2020b) zusammengefassten Forschungsstand zufolge ist das vom Menschen resorbierbare Vitamin B12 ohne künstliche Zusetzung ausschließlich in Lebensmitteln tierischer Herkunft enthalten. Daher stuft die DGE Vitamin B12 als kritischen Nährstoff bei einer veganen Ernährung ein und empfiehlt Veganer*innen die Supplementierung. Folglich ist davon auszugehen, dass das Risiko eines Vitamin-B12-Mangels bei einer veganen Ernährung tendenziell höher ist als bei einer Ernährungsweise, die Tierprodukte inkludiert – demzufolge liegt der Schluss nahe, dass häufigere Tests nicht alleinige Ursache für die häufigere Feststellung eines Mangels bei Veganer*innen sind.

Eine weitere Argumentation Vincents soll noch exemplarisch diskutiert werden: Wenn „Omnivoren“ oder „Mischköstler“ Bedenken gegen die gesundheitlichen Vorteile einer veganen Kost vorbrächten, so Vincent, basierten diese in der Regel auf „Halbwissen“. All jene, die die vegane Ernährung selbst nicht praktizieren und eine rein pflanzliche Kost aufgrund gesundheitlicher Bedenken ablehnen, sind aus seiner Perspektive (noch) nicht auf dem gleichen Wissensstand – weshalb Vincent, wie auch andere Interviewpartner*innen, ein ausgeprägtes Sendungsbewusstsein hat und via Instagram versucht, andere Menschen zu „informieren“. Hierfür sei noch einmal aus Vincents Profil zitiert:

„Warum ist eine omnivore Ernährung natürlicher als eine vegane? 🤔 🌱 Die Omnivoren meinen, sie ernähren sich natürlicher und ausgewogener als wir Veganer. Das interessante dabei aber ist, dass die Omnivoren durch ihre tierischen Produkte mittlerweile so viele Nahrungsergänzungsmittel auf Umwegen zu sich nehmen, dass sie meinen, tierische Produkte seien so wichtig. In diesem Fall ist es tatsächlich so, wenn man sein Wissen über Ernährung nicht erweitert und nicht supplementieren möchte. Klar, beim Verzicht von tierischen Lebensmitteln, fallen so viele wichtige Nährstoffe weg. Aber eigentlich ist das doch nur ein supplementieren auf Umwegen und definitiv unnatürlicher, als wenn wir Veganer unser Vitamin B12 und Vitamin D supplementieren. Wenn

⁷¹ Ich möchte darauf hinweisen, dass ich keine Ernährungswissenschaftlerin bin und ich mich hier auf Erkenntnisse der Ernährungswissenschaft beziehe, die naturgemäß einem laufenden Wandel durch Forschung und klinische Erfahrung unterliegen. Die von mir erörterten Informationen sollen in keiner Weise als Ratschlag oder Richtungsweisung verstanden werden, sondern dienen allein der besseren Einordnung von Vincents Instagram-Beiträgen.

⁷² Sämtliche von Vincents Aussagen hier auf Validität zu prüfen, würde den Rahmen sprengen und über das Ziel der Illustration hinausgehen, weshalb im Text vor allem seine Argumente um Vitamin B12 überprüft wurden.

überhaupt, denn auch diese zwei Nährstoffe kann ein Veganer auf natürlichem Weg zu sich nehmen.“ (IG)

Zu besseren Einordnung folgt nun ein erneuter Abgleich mit wissenschaftlichen Erkenntnissen, hier durch die Tierrechtsorganisation PETA zusammengefasst. In seinem Text deutet Vincent an, dass die Aufnahme wichtiger Nährstoffe über tierische Nahrung einer Supplementierung über Umwege gleichkomme – jene Nährstoffe landeten über Zusätze im Tierfutter in der menschlichen Nahrungskette. Nun mag auch diese Aussage nicht durchweg falsch sein, da dem Tierfutter tatsächlich Substanzen beigemischt werden, unter anderem Vitamin B12, welches die Nutztiere in den Anlagen der Massentierhaltung nicht mehr auf natürlichem Wege zu sich nehmen können (vgl. PETA 2020). Denkt man nun beispielsweise an das wichtige Spurenelement Eisen, wäre mindestens ein Nährstoff identifiziert, den Tiere in der Intensivtierhaltung in der Regel nicht supplementiert bekommen, deren Fleisch aber dennoch ein Eisenlieferant für den menschlichen Organismus ist. Vincents Aussage erscheint also simplifiziert – auf seinem Profil mischt er ab und an gegenwärtige Erkenntnisse der Ernährungsforschung, vermutlich nicht willentlich, mit Halbwahrheiten.

Einher geht mit Vincents Selbstwahrnehmung als ‚Wissender‘ ein Gefühl der Überlegenheit, das sich auch im Interview zeigt:

„Schwierig ist halt nur, wenn Leute mit irgendwelchem Halbwissen – so wie halt die Omnivoren – ankommen mit: ‚Fleisch ist wichtig für die Kinder. Damit sie groß werden. [...] Weil ich habe zwei Kinder, die zwei Kinder sind vegan. Wenn jemand was dagegen sagt, frage ich ihn: ‚Warum? Was soll so schlecht sein an vegan?‘“ (IV)

Auch an einer anderen Stelle im Interview macht Vincent deutlich, dass er sich mit seinem aus seiner Sicht profunden Ernährungswissen anderen Menschen überlegen fühlt, vor allem jenen, die er als „selbst ernannte Ernährungsexperten“ bezeichnet. „Problem ist nur, wenn ein selbst ernannter Ernährungsexperte mir gegenüber sitzt [...] und will mir als Ernährungsexperte erklären, was gesunde Ernährung ist, dann hat er ein Problem.“ Prinzipiell versuche Vincent, mit „diesen Leuten“ keinen Streit zu provozieren oder „die Leute fertigmachen“, gleichwohl machten ihm derartige Diskussionen Spaß. Und dennoch könne er (vor allem im analogen Raum) Gesprächspartner*innen, die sich aus seiner Sicht nicht mit gesunder Ernährung auskennen, meistens nicht überzeugen, obwohl er bewusst möglichst wenige Fachbegriffe verwende. Es sei prinzipiell schwer, mit Menschen, die sich nicht für eine gesunde Ernährung interessierten, eine „vernünftige“ Diskussion über eine vegane Ernährungsweise zu führen.

„Ich bin ja nicht so einer, der total mit irgendwelchen Fachwörtern um sich schmeißt und sonst irgendwas. Sondern erkläre das eigentlich ganz normal. Wo es eigentlich jeder verstehen sollte. [...] Die kapieren trotzdem nicht, wovon ich rede.“ (IV)

Die gewählte Interviewpassage illustriert, dass sich Vincent als gut informierter Diskussionspartner wahrnimmt, gegen den Nicht-Veganer*innen argumentativ in der Regel nur schwerlich ankommen – unabhängig davon, ob er seine Gesprächspartner*innen überzeugen kann. Diese Selbstwahrnehmung zeigt sich auch bildsprachlich auf Instagram: Auf einer von Vincent hochgeladenen Collage ist ein Skelett zu sehen, welches zurückgelehnt mit großer schwarzer Brille auf der Nase auf einem Schreibtischstuhl ruht. Darüber prangt der Schriftzug: „Wenn Veganer auf sinnvolle Argumente warten, die gegen eine vegane Lebensweise sprechen.“

Anders sei das, wenn sich Vincent mit anderen Veganer*innen unterhalte. „Wenn man sich mit Veganern unterhält, das ist halt einfach ein ganz anderes Fachgebiet.“ Das Zitat illustriert eine im Feld mehrfach vorgefundene Haltung: Die Befragten können einen Wissensvorsprung gegenüber Nicht-Veganer*innen empfinden, vor allem in alltäglichen Auseinandersetzungen. Es ist auch nicht auszuschließen, dass dieser Vorsprung in Teilen einer realistischen Einschätzung entspricht, da sich die Interviewten durch die wiederkehrende Herausforderung ihrer veganen Lebensweise eine fundierte Grundlage für derartige Alltagsdiskussionen erarbeitet haben. Allerdings zeigt sich in Vincents Fall, dass auch er mit ‚Halbwissen‘ argumentiert, also nicht immer einen tatsächlichen Wissensvorsprung hat.

In den zitierten Passagen schimmerte bereits eine weitere Argumentationsweise Vincents durch: Aus Sicht des Porträtierten wird die Datenlage zu den gesundheitlichen Auswirkungen einer veganen Ernährung nämlich häufig falsch interpretiert, außerdem würden „die richtigen“ Daten fehlen.

„Die DGE hat in ihrem Statement zur veganen Ernährung selbst zugegeben, dass ihnen zu wenig Daten über die vegane Ernährung vorliegen und deswegen die Aussage machen: ‚Für Schwangere, Stillende, Säuglinge, Kinder und Jugendliche wird eine vegane Ernährung von der DGE nicht empfohlen‘. Also liegt kein Beweis vor, dass es ungesund wäre, sondern es fehlen nur Beweise, dass vegan gesund ist. Quelle: dge.de, ‚Position der Deutschen Gesellschaft für Ernährung – vegane Ernährung‘, vom 12.04.2016“ (IG)

Deutlich wird an den zitierten Beiträgen auch, dass Vincent Erkenntnissen von nicht veganen Expert*innen prinzipiell skeptisch begegnet, insbesondere wenn sie die gesundheitlichen Vorteile einer veganen Ernährung nicht vollumfänglich untermauern – hieran zeigt sich eine

weitere rhetorische Parallele zu hermetischen Verschwörungserzählungen, nämlich eine „Delegitimierung des Expertentums in den Wahrheitsdiskursen der mainstreammedialen Echokammer(n)“ (Glaser 2020, 286).

An die Abwertung der Einschätzung von Expert*innen knüpft sich in Vincents Fall eine Selbsterhöhung zu einem durch individuelle Erfahrungen seinerseits validierten Experten. Als Beweis für die von Vincent auf Instagram postulierte Perspektive, dass eine ausgewogene rein pflanzliche Kost gesund sei, rekurriert er nämlich vor allem auf seine eigenen positiven Erfahrungen und auf die seiner beiden Kinder, die ebenfalls vegan ernährt werden. Diese Erfahrungen inszeniert Vincent als eine Art Insiderwissen (vgl. Niem 2020, 180), zu dem er als vegan lebender Ernährungsexperte einen unmittelbaren und unverfälschten Zugang hat.

Bei sich selbst verweist Vincent dafür auf sein allgemeines körperliches Wohlbefinden und führt explizite Beispiele an, etwa seinen mit 37 Jahren noch immer dichten Haarwuchs. Zu Letzterem veröffentlicht Vincent ein Bild, auf dem er kurz nach einem Haarschnitt vor einem Friseursalon ein Selfie aufnimmt. Darunter findet sich folgender Text: „Angeblich soll vegane Ernährung zu Haarausfall führen, unter anderem wegen diversen Mängeln. Komisch nur, dass ich mit meinen fast 38 Jahren [...] immer noch so viele Haare auf dem Kopf habe.“

Den wiederkehrenden Bezug auf den positiven Gesundheitszustand seiner beiden Kinder, kann der nachfolgende Beitrag von Vincent beispielhaft illustrieren: Das von ihm hochgeladene Bild zeigt seinen Nachwuchs auf dem Rücksitz eines Autos. Seine Tochter sitzt in einem rosafarbenen Kindersitz, trägt ein kleines Diadem auf dem Kopf und lacht in die Kamera. Im verschwommenen Hintergrund sitzt Vincents Sohn, ebenfalls im Kindersitz, mit Schnuller im Mund und Plüschtier im Arm. Unter der Aufnahme ist zu lesen:

„Kinder und vegane Ernährung, geht das? Natürlich geht das, schaut euch diese zwei Kinder an. Für mich sehen die nicht unterernährt aus. 😊 Mein Kleiner im Hintergrund ist sogar das Erzeugnis einer veganen Schwangerschaft 😊“ (IG)

Diese Berufung und Aufwertung der eigenen Erfahrungen und Innensichten zeigte sich auch in anderen Fallbeispielen – mit Blick auf die hinter der Plattform stehende Logik (siehe Kapitel zu Selbsterzählungen auf Instagram) ist dies auch nicht sonderlich verwunderlich, da die Plattform Instagram und die User*innen diese Ich-Bezogenheiten fördern, indem sie den Einblick in die subjektiven Gedankenwelten gegenseitig mit Aufmerksamkeit entlohnen und damit wiederum das Selbstbild als Expert*innen oder ‚Wachrüttler*innen‘ stützen.

Möglicherweise ist dieser starke Bezug auf authentische eigene Erfahrungen und der gleichzeitigen Abwertung gegenläufiger Positionen aus der Wissenschaft nicht nur eine Strate-

gie von Verschwörungserzählungen, sondern vielmehr eine übergreifende Erzählstrategie der Gegenwart, die gestützt durch Social-Media-Strukturen zeitgenössischen Gegenerzählungen prinzipiell innewohnt. Widersprüchlichkeiten werden zwecks Komplexitätsreduktion negiert und die eigenen Erfahrungen wiegen im Zweifelsfall schwerer als wissenschaftliche Erkenntnisse.

5.7 Rebecca, die Gemeinschaftsliebende

„Da kann man stolz darauf sein, auf diese Lebensart. Ich wollte ein Teil davon sein, weil ich gemerkt habe, dass es etwas Gutes ist.“

Eine Leidenschaft Rebeccas liegt augenscheinlich im *Foodporn*. Überlaufende Schüsseln und Dessertgläser haben es ihr besonders angetan. Für ihre Bilder schneidet sie unterschiedliche Gemüse- und Fruchtsorten in ansprechende Formen und drapiert diese gemeinsam mit Beilagen und Soßen in sogenannten ‚Bowls‘. Zusätzlich verziert sie die veganen Speisen mit weiteren ‚Toppings‘ wie Zuckerstreusel-Sternen, Nüssen, Kokosnussflocken, angebratenen Tofuwürfeln oder goldfarbenen Löffeln in Palmen-Form. Auch den Bildhintergrund gestaltet sie entsprechend. Damit ihre Speisen ideal ausgeleuchtet sind, nutzt die ‚Foodfotografin‘ häufig zusätzliche Lichtquellen. Vor dem Upload bearbeitet Rebecca ihre stillleben-ähnlichen Bilder akribisch mit Software, manchmal bis zu einer Stunde lang. Auf Instagram präsentiert sich das Ergebnis in intensiven, kontrastreichen Farben. Ab und an stellt die hier Porträtierte ihr Geschick bei der Bildbearbeitung auch anhand von Vorher-nachher-Bildern zur Schau. Zusätzlich teilt sie eigens erstellte Effektfiler, die sie speziell für Essensbilder entwickelt hat, mit anderen User*innen.

Neben den veganen Stillleben veröffentlicht Rebecca Beiträge zu den Aspekten „nature, health und mindfulness united“ – so ist es der Selbstbeschreibung in ihrem Profil zu entnehmen. Diese Themen spiegeln sich in ihren Texten wider; im Vordergrund stehen meist ihre persönliche Meinung oder Erfahrungen, die sie mit Selfies ästhetisiert. Die von ihr veröffentlichten Texte lesen sich meist wie direkte Auszüge aus ihren Gedankengängen. Selten bezieht sich Rebecca auf wissenschaftliche Studien oder populärwissenschaftliche Text zu den behandelten Themen. Genau diese subjektive Darstellungsweise, verbunden mit dem Habitus einer ‚wissenden‘ Person, macht Rebeccas Profil offenbar für ihre Follower*innen attraktiv – wenn man mehrere hundert Likes pro Beitrag als Zustimmung versteht.

Auch gesunde Ernährung nimmt auf Rebeccas Profil viel Raum ein. Sie veröffentlicht entsprechende Empfehlungen, sich möglichst vollwertig und vegan zu ernähren, oder wirbt für Nahrungsergänzungsmittel wie beispielsweise Algenpräparate. Neben Supplementen finden

sich weitere Produktempfehlungen, etwa für Hautpflegeprodukte. Bewirbt sie ein Produkt auf Instagram, stellt sie häufig einen Code zur Verfügung, mit dem bei einem kooperierenden Onlineshop 10 bis 20 Prozent des Herstellerpreises gespart werden können. Nutzt eine Person diesen Code, erhält Rebecca eine geringe Umsatzbeteiligung. Außerdem platziert sie auf ihrem Profil Empfehlungen für Restaurants und Hotels mit veganen Angeboten.

Die Leitfrage ihres Profils ist die Suche nach einem ‚guten Leben‘. Sie selbst liefert hierauf unterschiedliche Antwortansätze. Folgt man ihrem Beispiel, ließe sich ein ‚besseres Leben‘ mal mit Konsumprodukten ‚erwerben‘, mal durch die Reflexion der eigenen Gedankenwelt, mal mithilfe einer Änderung des Alltagshandelns in Richtung einer veganen Lebensweise erreichen. Der Veganismus ist dabei nicht durchgängig präsent, sondern wirkt eher wie eine selbstverständliche Grundbedingung. In ihrer Kuration erscheint die vegane Lebensweise als normatives Fundament für ein erfülltes Leben. Dazu gehört im Sinnuniversum der hier Porträtierten weiterhin die Begegnung mit „like-minded-people“. Freundschaften mit Veganer*innen misst Rebecca eine hohe Bedeutung zu – abzulesen an regelmäßig auf Instagram veröffentlichten Freundschaftsbildern mit Gleichgesinnten.

5.7.1 Zwischen Tür und Angel

Auf Rebeccas Wunsch hin treffe ich sie in einem Café ihrer Wahl in Düsseldorf. Meine Gesprächspartnerin ist 24 Jahre alt. In meinem Sample ist sie die Person mit den meisten Follower*innen und die einzige mit offensichtlichen Werbe- beziehungsweise Kooperationsverträgen. Zum Zeitpunkt des Interviews folgen ihr 136 000 User*innen auf Instagram. Sie selbst beschreibt sich auf ihrem Profil als „self-employed content creator, Instagram expert & plant-eater passionate“.

Im Interview gibt sich Rebecca ausgesprochen fröhlich, ihr häufiges lautes Lachen erfüllt das gesamte Café. Selbstbewusst sitzt sie mir gegenüber. Dennoch meine ich, kleine Anzeichen von Nervosität wahrzunehmen. Als der von uns geordnete Kuchen serviert wird, unterbricht Rebecca unser Interview. „Muss mal kurz ein Foto machen. Das sieht viel zu gut aus.“ Mehrfach schiebt und dreht sie den Teller mit dem unangetasteten Kuchen und die auf dem Tisch stehende Blumenvase, bis sie mit dem entstandenen Fotomotiv zufrieden ist. Meine Irritation darüber versuche ich so gut es geht zu verbergen, um meine Interviewpartnerin nicht zu verschrecken. Das Gefühl, dass meine Interviewpartnerin sich nicht ganz sicher ist, wie sie mich und mein Projekt einschätzen soll, bewegt mich dazu, meine Forschungsarbeit grob zu umreißen. Zusätzlich betone ich, dass sie selbstverständlich anonymisiert in meiner Arbeit vorkommen wird. Meine Erläuterungen sind an die Hoffnung geknüpft, dass sich dadurch die zu diesem

Zeitpunkt noch vorhandene Distanz zwischen uns verringert. Meiner Einschätzung nach gelingt das nur bedingt – die Gesprächsatmosphäre wirkt bis zum Schluss nicht ganz so vertraut, wie in anderen für diese Arbeit durchgeführten Interviews.

Unser Treffen dauert knapp eineinhalb Stunden, dann hat Rebecca einen weiteren Termin. Trotz des engen Zeitfensters erzählt meine Gesprächspartnerin in dieser Zeit viel über sich. Sie wirkt auf mich wie eine auskunftsfreudige Person, die im Erzählen über sich selbst versiert ist. Ihre Tätigkeit als Influencerin mag ihre Redseligkeit begünstigen, schließlich ist sie es gewöhnt, täglich in die Kamera zu sprechen und dabei persönliche Gedanken und Erlebnisse mit anderen Menschen zu teilen.

5.7.2 Nach der „Existenzkrise“

Ich bin neugierig, ob Rebecca mit ihrer Tätigkeit als Influencer*innen ihren kompletten Lebensunterhalt bestreiten kann. Im Interview bestätigt meine Gesprächspartnerin dies. Ihr Leben finanziere sie sich hauptsächlich mit „Instagram Marketing“, über „klassische Werbung, also gesponserte Posts sowie Stories auf Instagram“. Neben allen möglichen Kooperationen, beispielsweise für Nahrungsergänzungsmittel oder Hautpflegeprodukte, nutzt Rebecca Instagram weiterhin, um ihr Können als Fotografin unter Beweis zu stellen und auf diesem Weg Aufträge abseits von Instagram einzuwerben. Mit etwas Stolz in der Stimme erläutert sie im Interview, dass sie im Bereich der Essens-Fotografie inzwischen langfristige Kund*innen habe, für die sie regelmäßig „Produktshots und Rezepte“ kreierte. Ab und an arbeite sie zudem als Referentin an Schulen. Dort spreche sie vor allem über einen gesunden Umgang mit sozialen Medien. Nebenbei strebt Rebecca einen Master-Abschluss in Multimedia- und Marketingmanagement an. Mit ihrem Job als Influencerin lasse sich das gut kombinieren.

Meine Gesprächspartnerin zeigt sich sehr glücklich darüber, dass sie ihren Lebensunterhalt als Influencerin verdienen kann. Nach ihrem Bachelorabschluss in Business Management habe sie eine kleine „Existenzkrise“ durchlebt. Damals habe sie gedacht: „Jetzt muss ich entweder einen normalen Job anfangen oder ich muss mich selbstständig machen, vielleicht weiter studieren. Irgendwie keine der Optionen fand ich wirklich gut.“ Zu diesem Zeitpunkt hatte sie bereits einige tausend Follower*innen auf Instagram. Da sie schon immer „technik- und kreativitätsaffin“ gewesen sei, sah sie in der Social-Media-Plattform die Chance, ihr Hobby zum Beruf zu machen und nebenbei noch Zeit für einen Masterabschluss übrig zu haben.

„Und dann habe ich beschlossen, okay, ich habe jetzt schon – da hatte ich schon 6000, 7000 Follower auf Instagram – ich probiere das jetzt mal. Ich klemme mich da jetzt so ein bisschen dahinter. Schau, ob ich es da irgendwie weiter entwickeln kann und habe

mir dann so ein bisschen eine Strategie überlegt. Also ich habe mir so Tutorials angeschaut auf YouTube, wie man auf Instagram wächst, wie man Follower bekommt und so Sachen. Bis dato war es wirklich komplett hobbymäßig. Es war mir relativ egal, wie viel Follower ich hatte. Dann dachte ich, okay, ich probiere es mal. Die ersten Kooperationen kamen dann so ab, sagen wir, acht-, neuntausend, ab 10.000 ging es dann so richtig los.“ (IV)

Rebecca investierte viel Zeit, um Teil der ‚Foodpic-Community‘ zu werden und in die Riege der Influencer*innen aufzusteigen. Damit ihre Follower*innenzahl stetig an Zuwachs gewinnt, schreibt sie sich einen „Content-Plan“, beginnt ihre Beiträge also redaktionell voranzuplanen. Mindestens einen und bis zu drei Beiträge veröffentlicht sie täglich. Zusätzlich folgt sie ausgewählten anderen Profilen, insbesondere im „Food-Bereich“, und erweitert durch gezieltes Kommentieren ihre Reichweite. Über die strategische Auswahl von Hashtags knüpft sie an bereits bestehende Instagram-Kanäle und Follower*innengruppen an.

„Früher [waren] ja so Hashtag voll wichtig, dann haben Leute, die diese Hashtags auch benutzen, deine Bilder kommentiert. [...] wenn man irgendwie in Resonanz war, also wenn das gleiche Thema behandelt wurde und man fand sich interessant, sympathisch oder fand die Bilder einfach cool, dann hat man sich halt gegenseitig gefolgt. [...] dann entsteht irgendwie so ein Netzwerk.“ (IV)

Der permanente Austausch mit anderen User*innen, vor allem mit Veganer*innen, und das „ständige Feedback geben und Inspiration bekommen“, gefalle ihr bis heute sehr gut. Inzwischen sei es nicht mehr notwendig, dass sie jeden Tag neue Bildbeiträge auf Instagram hochlade.

„Ab 100.000 ist das wie so eine Schwellgrenze, da erreicht man eine gewisse Art von Firmen, die eben speziell auf größere Accounts schauen. Aber ob du jetzt 120 oder 180 hast, ist denen in Prinzip egal. Ich muss halt zu der Nische eher passen. Das heißt, es ist für mich eigentlich eher wichtig, jetzt guten Content rauszubringen als mega viel zu wachsen.“ (IV)

Zwar veröffentlicht Rebecca zum Zeitpunkt des Interviews nicht mehr täglich neue Bildbeiträge, das Story-Format nutzt sie jedoch rege, um zu ihren Follower*innen zu sprechen. Da sie Tag für Tag auf Instagram postet, kann man als Betrachter*in ihres Profils den Eindruck gewinnen, sie gebe sehr viel von sich preis; allein dadurch, dass täglich neue Inhalte erscheinen und sie insbesondere in ihren Storys Einblicke in ihren Alltag gewährt. Sie selbst betont indes

im Interview, dass man auf Instagram nur „die Spitze des Eisbergs“ sehe, hauptsächlich „schöne Dinge“. Manche Aspekte ihres Privatlebens, wie beispielsweise ihre Familie, habe da „einfach nichts zu suchen“. Ihr Instagram-Profil sei nur ein „Puzzleteil“, ihre „Online Persona“. „95 Prozent“ ihres Lebens offenbare sie nicht auf Instagram. Sie zeige nur das, was zu ihrem Profil passe. Vergleicht man Rebeccas Interviewaussagen mit ihrer regen Nutzung der Story-Funktion, liegen ihre eigene Einschätzung und die Beobachter*innenperspektive diametral zueinander. Der Inhalt ihrer regelmäßigen Storys legt vielmehr den Schluss nahe, dass Rebecca mehr offenbart, als sie sich selbst bewusst ist – zumindest aus der Perspektive eines Fachs, das sich vor allem für den Alltag interessiert.⁷³

Rebecca ist das gelungen, woran die Interviewpartnerin Hanna scheiterte. Sie konnte ihren veganen Lebensstil via Instagram erfolgreich ästhetisieren und dadurch zur Erwerbsgrundlage ausbauen. Indem sie sich als ‚authentische‘ und vertrauensvolle Person inszeniert, ist sie für verschiedene Werbekooperationen, besonders im Nachhaltigkeitssektor, eine prädestinierte Partnerin der Unternehmen, da sie, wie auch andere Blogger*innen als „Taktgeberin einer ‚richtigen‘ Lebensweise“ (Schmidt 2021, 416) fungiert.

Ziel ihres Profils sei, neben der Finanzierung ihres Lebensunterhalts, andere Menschen mit ihrem Instagram-Profil zu „inspirieren“ und zum Nachdenken anzuregen (genauere Ausführungen zum feldimmanenten Begriff der Inspiration siehe Fallbeispiel Robert).

„Ich liebe es nach wie vor, wenn ich Menschen irgendwie was mitgeben kann, was denen hilft, ihr Leben zu verbessern, ihre Situation zu verbessern oder glücklicher zu werden. Für mich gibt es nichts Erfüllenderes als einem Menschen wertvolle Tipps mitzugeben oder irgendwas – sein Leben irgendwie zum Positiven zu verändern.“ (IV)

Vor allem im Bereich der alltäglichen Ernährung möchte Rebecca andere Menschen inspirieren, da man damit viele bewegen könne: Viele Menschen hätten „die Verbindung zwischen dem, was auf unserem Teller liegt und wie es produziert wird, verloren“ – andernfalls wären die täglichen Mahlzeiten weniger fleischlastig, so die hier mitschwingende Botschaft.

⁷³ Aus Rebeccas Profil ließe sich beispielsweise ein grober Zeitplan ihres Alltags ableiten. Weiterhin könnte man die von ihr täglich veröffentlichten Segmente hinsichtlich ihrer Kleiderwahl oder der Entscheidung für eine gewisse Inneneinrichtung analysieren. Auch die von ihr auf Instagram geteilten Emotionen könnten ausgewertet werden – all das sind durchaus spannende Aspekte für ein am Alltag interessiertes Fach wie die Kulturanthropologie.

5.7.3 Veganismus als „logischste Entscheidung“

Ungefähr fünf Jahre vor dem Interview entscheidet Rebecca, sich fortan vegan zu ernähren. Ausschlaggebend für ihre Ernährungsumstellung sind zunächst gesundheitliche Gründe. Als tierlieb möchte meine Interviewpartnerin ihr vergangenes Selbst nicht beschrieben wissen.

„Ich bin so der Mensch, der kann sich ewig viel Horrorfilme angucken oder so Schlachtvideos und isst trotzdem Fleisch. Also jetzt nicht mehr. Aber früher hätte man mir sonst was zeigen oder erzählen können und das hätte mich nicht gejuckt. Für mich war es tatsächlich eher der Gesundheitsaspekt. Weil seien wir mal ehrlich, jeder Mensch ist der eigene Körper oder die eigene Persönlichkeit am wichtigsten. The survival of the fittest! Jeder versucht zu überleben. Aber wenn es dann um andere Tiere geht, denken sich die Leute doch ‚scheißegal, sollen die doch für mich sterben, damit ich hier diesen Burger essen kann‘. Aber sobald es um den eigenen Körper geht, da finde ich, das ist schon ein heikleres Thema. Für manche Menschen. Manche Menschen sind so super tierlieb und sagen, sie haben die ganze Welt lieb, niemandem soll Schaden geschehen, aber das ist im Grunde nur eine Randgruppe. Die meisten Menschen scheren sich nur um sich selbst und vielleicht war ich auch einer dieser Kategorie.“ (IV)

Den Anstoß habe sie über Instagram erhalten, über eine „Vegan-Challenge“, bei der es darum gegangen sei, sich einen Monat lang vegan zu ernähren.

„Während der Challenge habe ich mich sehr viel informiert. Ich habe viel gelesen. Zentrum der Gesundheit im Internet zum Beispiel und Bücher gelesen [...] Und habe mich immer mehr informiert über die Umweltaspekte, die Gesundheitsaspekte, die ethischen Aspekte. Habe gemerkt, okay, es ist für alle drei Elemente gut, also hilfreich, sich vegan zu ernähren. Es hat eigentlich gar keine negativen Auswirkungen auf irgendwas. [...] Ich vergleiche es jetzt einfach mit einer konventionellen Ernährung. Da gibt es im Vergleich zur Konventionellen halt kaum Nachteile.“ (IV)

Dass die vegane Ernährung nur positive Wirkungen habe, unterstreicht Rebecca im Interview, indem sie auf ihre eigenen Erfahrungen rekurriert – eine im Feld häufig zu beobachtende Erzählstrategie (genauere Ausführungen hierzu finden sich im Fallbeispiel Vincent). Sichtlich begeistert erklärt mein Gegenüber im Interview, dass sie sich, seit sie vegan esse, energetischer und kraftvoller fühle. Die vegane Ernährung habe „eine sehr positive Auswirkung“ auf ihr „Gesamtwohlbefinden“. Aufgrund dieser Erfahrung habe sie beschlossen, „nach dem Testmonat dabei zu bleiben.“ Durch die vegane Ernährung sei Rebecca außerdem „grundsätzlich offener“

und bewusster ihrer Umwelt gegenüber. Rückblickend sei ihr Entschluss sich vegan zu ernähren „die logischste Entscheidung“, die sie je getroffen habe. Es mache „einfach nur Sinn“, erklärt sie im Interview. Dies verdeutlicht vor allem eines: Rebecca erfährt ihren inzwischen komplett veganen Lebensstil als äußerst sinnstiftend.

5.7.4 „Soulmates“ finden

Als sich Rebecca dazu entscheidet, die vegane Ernährung beizubehalten, fügt sie „ziemlich direkt“ die Bezeichnung vegan in ihrem Instagram-Profil ein. „Ich dachte irgendwie, das Label ist cool. Das drückt etwas aus. Da kann man stolz darauf sein auf diese Lebensart. Ich wollte ein Teil davon sein, weil ich gemerkt habe, dass es etwas Gutes ist.“ Die Porträtierte inszeniert sich also bewusst als Zugehörige zur Gruppe und ihr virtuelles Bekenntnis dient zugleich der Vernetzung mit anderen Veganer*innen. In ihrem damaligen Freundeskreis habe es nämlich nur eine andere Gleichgesinnte gegeben. Eine zentrale Motivation, sich auf Instagram als Veganerin auszuweisen, sei daher der Wunsch gewesen, andere Veganer*innen kennenzulernen. Die Möglichkeit sich via Internet „dem diskursiven Regime ihrer begrenzten real-life Gemeinschaft [zu] entziehen“ (Folger 2008, 291) nutzt Rebecca gezielt, um sich online auf die Suche nach Resonanz zu begeben. Nach Menschen, die ihre ‚vegane Werte‘ und andere Interessen teilen. Die eher an Gemeinsamkeiten ausgerichteten Algorithmen Instagrams unterstützen diese Suche.

Dieser Wunsch nach neuen Sozialkontakten und Bestätigung ist nicht sonderlich verwunderlich, bedenkt man, dass Ernährung mit Vorstellungen und Verpflichtungen einhergeht, „die andere Lebensgebiete wie auch Grundfragen des gesellschaftlichen Zusammenlebens und des Umgangs mit Nahrung anbelangen“ (Barlösius 2004, 48). Da für (Frauen-)Freundschaften häufig ähnliche Weltanschauungen, Lebensstile und Moralvorstellungen grundlegende Voraussetzungen sind (vgl. Hansen 2009, 303), führen insbesondere ‚alternative‘ Ernährungsstile nicht selten „aus dem angestammten sozialen Umfeld heraus“ (Barlösius 2016, 78). Mit einer Änderung des Ernährungsstils korreliert folglich eine Verschiebung der Interessen und Wertvorstellungen.

Bekannt sich eine Person zum Veganismus, verlässt sie in gewisser Weise die gesellschaftliche Konsensgemeinschaft und gibt einen Teil der kollektiven Identität auf, da eine vegane Ernährung den gesellschaftlichen Ernährungs-Normen entgegenläuft. Eine Umstrukturierung des sozialen Nahumfeldes liegt daher durchaus nah.

Tatsächlich findet Rebecca über Instagram diverse neue Freund*innen, die allesamt vegan leben. Ihr Freundeskreis erfährt die von ihr herbeigesehnte Neustrukturierung – alte Bezie-

hungen laufen aus, neue Verbindungen intensivieren sich. Mittlerweile seien fast alle ihre Freund*innen „Veganer oder ernähren sich hauptsächlich vegan“.

Trotz räumlicher Distanz – Rebeccas über Instagram entstandenen engsten Sozialbeziehungen sind über andere Städte verteilt – ermöglicht die virtuelle Kopräsenz den Aufbau emotionaler Nähe und Verbundenheit. Das Beispiel bestätigt somit den Literaturbefund: Geografische Distanzen werden durch Instagram deutlich weniger relevant, was bereits für andere digitalisierte Kommunikationsprozesse festgestellt wurde (vgl. Holfelder & Schönberger 2018, 10). Die ‚Mediatisierung von Freundschaften‘ (vgl. Schobin 2016, 169) ist für Rebecca selbstverständlich. Ihre ‚Instagram-Freundschaften‘ sind ihren ‚Offline-Beziehungen‘ gleichgestellt, wenn sie nicht gar durch den gemeinsamen veganen Lebensstil einen höheren Stellenwert besitzen. Im Interview führt Rebecca aus, dass sie über Instagram Freund*innen gefunden habe, denen sie in ihrem analogen Leben niemals begegnet wäre. Dies erklärt wiederum die Bereitschaft, Tag für Tag mehrere Stunden auf der Plattform zu verbringen, und illustriert Instagrams strukturelle Bedeutung für die Konstituierung ihres sozialen Umfelds.

Ähnliche Entwicklungen und Nutzungspraktiken zeigen sich auch in anderen Fallbeispielen dieser Arbeit. Daraus lässt sich schließen, dass eine zentrale Funktion Instagrams für die Befragten in der Knüpfung von ‚veganen Kontakten‘ liegt. Das Konglomerat an Essens-Bildern, Vegan-Hashtags sowie Beschreibungen wie „Vegan-Foodie“ wird dabei zu einem gemeinsamen Zeichenrepertoire, zu einer Art Erkennungszeichen unter Veganer*innen. Hierin zeigt sich möglicherweise eine divergente Nutzungspraktik – schließlich wurde in früheren Forschungen mehrfach festgestellt, dass virtuelle Räume meist in erster Linie zur Pflege bestehender Beziehungen genutzt werden (vgl. Neumann-Braun & Autenrieth 2011; Schönberger 2006, 630). Für den Kreis der interviewten Veganer*innen ist das Gegenteil festzustellen, sie forcieren zu einem erheblichen Teil sogar eine Abkehr von bestehenden nicht-veganen Freundschaften.

Welch große Bedeutung den virtuell gewachsenen sozialen Beziehungen zukommt, wird ferner anhand des im Feld mehrfach vorgefundenen Begriffs des*r ‚Seelenverwandten‘ deutlich. Rebecca verwendet den Terminus insgesamt am häufigsten, benutzt jedoch meist die englische Variante „soulmates“ oder spricht von „like-minded people“. Auf Instagram nimmt sie immer wieder explizit darauf Bezug, ihre Seelenverwandten über die Plattform (oder während der ‚Vegan Meetups‘) kennengelernt zu haben.

“I have met all my closest friends through sharing my passions here on Instagram. Deep soul connections are the most valuable thing we’ll ever experience in life. ♥“ (IG)

„I’m so grateful to spend time with like-minded people, social media is such a great platform to meet friends you immediately get along with!“ (IG)

5.7.5 Seelenverwandte zeigen

Sichtbar werden Rebeccas Seelenverwandte durch regelmäßige Posts mit ‚Freundschaftsbildern‘, auf denen sich die Profilinghaberin gemeinsam mit anderen veganen Influencer*innen ablichtet. Rebecca nutzt die „performative soziale Dimension“ (Schönberger 2017, 44) von Selfies und Gruppenbildern zur fotografischen Dokumentation des Gemeinsamen. Beispielhaft sei ein Beitrag dieser Art beschrieben:

Auf der hochgeladenen Fotografie sind Rebecca sowie zwei weitere Personen zu sehen. Der Bildausschnitt lässt erkennen, dass die drei auf einer Bank vor einem Café sitzen. Rebecca hält eine mit Essen befüllte Schüssel in der Hand. Mit einem breiten Lachen und geschlossenen Augen lehnt sie sich an die Schulter ihrer Sitznachbarin. Diese lacht ebenfalls in die Kamera, während sie einen grünen Smoothie in einer Hand hält. An der anderen Schulter lehnt eine dritte Person, ebenfalls lachend. Über der Fotografie liegt ein Effektfiter, der besonders die warmen Töne der Aufnahme intensiviert. Bildsprachlich unterstreichen die warmen Farben die fotografisch inszenierte Freundschaft. Darunter veröffentlicht sie folgenden Text:

„>>> COMMUNITY <<< is everything. 👯 👯 [werbung/verlinkungen] Food, water, sleep and safety are required to survive. But so is the feeling of belonging! Humans are social beings that thrive on deep connections. I used to love spending time alone more than being with other people BEFORE I met real soulmates. 🌸 Now everything has changed and I always look forward to the next encounters. 💕 Social Media has enabled these deep connections for me.“ (IG)

Bemerkenswert ist der Beitrag, da sich der Aufbau häufiger auf Rebeccas Profil wiederholt. Ein dabei periodisch auftauchendes Muster ist die gemeinsame Einnahme von veganen Mahlzeiten. In den Texten darunter betont die Porträtierte regelmäßig den besonderen Wert der Freundschaft zu ihren veganen Freund*innen. Die emotionale Verbundenheit wird auf den Fotografien meist mittels engen Körperkontaktes verbildlicht – egal in welcher Form und in welchem Setting, zwischen Rebecca und ihren Freund*innen ist auf den Aufnahmen immer eine körperliche Berührung zu sehen. Das können Gesten wie gemeinsames Händchenhalten, gegenseitiges Umarmen oder Schulter an Schulter schmiegende Körperhaltungen sein. Dazu lachen die Abgebildeten in der Regel demonstrativ in die Kamera. Das im virtuellen Raum gewachsene Geflecht freundschaftlicher Beziehungen wird dadurch öffentlich bekundet, gezielt für andere sichtbar

gemacht. In Kombination mit der Herauskehrung des veganen Lebensstils durch entsprechende Hashtags oder anderen bildsprachlichen Verweisen auf den Veganismus wirken die veröffentlichten Fotografien als ein Symbol. Sie zeigen sowohl die geteilten Werte der Abgebildeten als auch Übereinstimmungen bei deren Identität beziehungsweise Selbstbild an. Erst durch dieses Zuschauertellen entfalten die Gruppenbilder ihr Potenzial zur Vergemeinschaftung (vgl. Schönberger 2017, 51) und stärken das Gefühl der Zusammengehörigkeit.

Freilich wird das Zusammengehörigkeitsgefühl nicht nur durch die Fotografien gestärkt, sondern ebenso durch die gemeinsame Ess-Erfahrung an sich (vgl. Kofahl 2011, 279). Zudem wirkt der Entstehungsprozess der Freundschaftsbilder (vgl. Bareither 2019b, 38) im analogen Raum verbindend. Die Dokumentation und Manifestation der Ess-Erlebnisse auf Instagram verleihen dem Erlebten und der gemeinschaftsstiftenden Implikation wiederum zusätzliche Bedeutung.

Die freundschaftliche Verbindung wird hier also dreifach erlebt, (gegenseitig) verstärkt und ausgestellt: durch das gemeinsame vegane Essen im analogen Raum, durch den gemeinsamen Akt der fotografischen Dokumentation und durch die anschließende Präsentation im virtuellen Raum. Ob analog oder digital – das verknüpfende Element ist die vegane Lebensweise beziehungsweise der Prozess des gemeinsamen Essens, häufig auch der gemeinsame Akt des Kochens, Dekorierens und Fotografierens, wofür die vegane Ernährung wiederum eine Voraussetzung ist. Durch die Inszenierung im virtuellen Raum kann das immaterielle verbindende Element – der vegane Lebensstil – sichtbar gemacht werden, über Zeit- und Raumgrenzen hinweg.

5.7.6 Vegane communitas

Nun spricht Rebecca nicht ausschließlich über ihre veganen Freund*innen wertschätzend, sondern über sämtliche ihrer Follower*innen, die sie auf Instagram ebenfalls als „soul connections“ adressiert oder anderweitig ihrer Wertschätzung vergewissert:

„You guys give me so much purpose. Every day I am inspired by your kind comments and private messages. I love helping each single one of you and it fulfils me on a much deeper level than simply pursuing my own joy. ❤️ I just want you to know how much I love this community. YOU. ❤️“ (IG)

“The community we have here is REAL. These are not just letters on a display. This is pure emotion a soul has poured into her phone. I witness you 👁️ and appreciate each single genuine, kind comment I receive from you guys.“ (IG)

Als gemeinschaftsstiftende Basis scheint für Rebecca das Interesse am veganen Lebensstil auszureichen, von dem sie bei ihren Follower*innen ausgeht. Die gemeinsame Erfahrung des Veganeins oder des am Veganismus-interessiert-Seins lässt für sie ein Gefühl einer „Gemeinschaft Gleicher“ (Turner 1998, 252) entstehen.

Spätestens seit Pierre Bourdieus Studie „Die feinen Unterschiede“ (Bourdieu 1987) ist hinlänglich bekannt, dass Menschen ihren Geschmack nicht allein aus der physiologischen Notwendigkeit zur Nahrungsaufnahme ableiten, sondern auch aus sozialen Notwendigkeiten. Das Streben zu einer bestimmten sozialen Gruppe zu gehören, sich also Zugehörigkeit und Zuspruch zu sichern (vgl. Barlösius 2004, 39; Ott 2017, 18; Wierlacher 2008, 158), tritt in Rebeccas Fall stark zutage. Im Interview formuliert sie ihren Zugehörigkeitswunsch zur „veganen Community“ ganz konkret: „Ich wollte ein Teil davon sein, weil ich gemerkt habe, dass es etwas Gutes ist.“ Für dieses Ziel investierte Rebecca sehr viel Zeit in ihr eigenes Profil und die Vernetzung. Inzwischen versteht sie sich als fester Bestandteil der veganen Instagram-Gemeinschaft – der zeitliche Aufwand hat sich für sie ausgezahlt. Sowohl im Gespräch als auch auf ihrem Profil betont die Porträtierte mehrfach ihre Wertschätzung für die „vegane Community“.

Vor dem Hintergrund bisheriger Forschungsarbeiten lässt sich die von Rebecca thematisierte „virtuelle Gemeinschaft“ (Rheingold 1994) oder virtuelle Community⁷⁴ analytisch auch mit Victor Turners Konzept der *communitas* fassen. Nach Turner basiert das Zusammengehörigkeitsmodell der ‚communitas‘ auf geteilten Erfahrungen, aus denen die oben bereits zitierte „Gemeinschaft Gleicher“ (Turner 1998, 252) erwächst. Genau dieser soziale Mechanismus lässt sich am vorliegenden Fallbeispiel nachzeichnen. Allerdings möchte ich für das untersuchte Feld eine Erweiterung vorschlagen, nämlich um den Aspekt des Interessiert-Seins. Die Abgrenzung der Community scheint in Rebeccas Fall nicht entlang des Veganeins zu verlaufen. Viel eher entscheidet die Frage, ob eine Person prinzipiell für die Ideen des Veganismus offen ist.

Ähnliche Tendenzen zeigten sich auch in anderen Fallbeispielen, wenn sich beispielsweise Theresa wohlwollend gegenüber „*vegan allies*“ äußert. Die von den Betreffenden hochgelobte *vegane communitas* inkludiert also auch Personen, die selbst nicht vegan leben. In der Wortwahl meiner Interviewpartnerin wäre daher eher von einer ‚like-minded *communitas*‘ zu sprechen.

⁷⁴ „Virtual Community bezeichnet die (1) um ein geteiltes Interesse organisierte (2) anhaltende Interaktion von Menschen (3) über einen oder mehrere mediale Knoten im Web, aus der (4) ein soziales Netzwerk aus Beziehungen und Identitäten mit (5) einer geteilten Kultur aus Normen, Regeln, Praxen und Wissensvorräten emergiert.“ (Deterding 2009, 118).

Auf Instagram wirkt allein das Interesse am Veganismus wie eine Art ‚sozialer Klebstoff‘, der mithilfe der technologischen Plattform Veganer*innen und am Veganismus Interessierte im virtuellen Raum zusammenbringt. Verbindend scheint die Vorstellung, dass die Interessen und Wertvorstellungen all jener Personen, die sich für eine vegane Lebensweise entscheiden oder sich zumindest interessiert daran zeigen, eine große Schnittmenge besitzen. Damit erscheinen sie als potenzielle Gleichgesinnte. Für Rebecca im Speziellen scheint das Interesse ein Indiz dafür zu sein, dass eine andere Person „like-minded“ ist, sich also für ähnliche Themen begeistert. Die Kombination aus veganen Essensbildern sowie entsprechenden Hashtags wie „Vegan-Foodie“ werden, wie oben bereits dargestellt, zu einer Art Symbol des ‚Gleichseins‘. Ob dem tatsächlich so ist, mag infrage zu stellen sein⁷⁵, in diesem Forschungskontext ist jedoch in erster Linie von Bedeutung, dass die hier Porträtierte selbst das Zeichen als wirksamen Marker versteht. Im Sinne einer „Gleichartigkeit mit Anderen“ (Schwibbe 2013b, 58) erwächst daraus für Rebecca ein Gemeinschaftsgefühl und eine wiederum darauf aufbauende kollektive Identität.

Dieses Kollektiv ist analytisch gleichzusetzen mit der von Turner dargelegten ‚communitas‘. Turner unterscheidet drei Formen: spontane communitas, normative communitas sowie ideologische communitas (vgl. Turner 1998). Alle drei finden sich innerhalb des untersuchten Feldes wieder. Die von Rebecca umschriebene communitas entsteht im Zwischenraum Instagram beziehungsweise auf Basis des gemeinsamen sozialen Codes, im vorliegenden Fall also dem veganen Instagram-Zirkel eigenen Zeichenrepertoire.

Zusätzlich wirken die ähnlichen Erfahrungen der Veganer*innen im Austausch mit der sonstigen Außenwelt verbindend. Dieses ‚negative‘ – aus Abgrenzung erwachsende – Moment wirkt insbesondere bei der spontanen Form der communitas, die nur von vorübergehender Dauer ist: Immer wieder verbinden sich Veganer*innen auf Instagram situativ, um einen Austausch über konkrete Erfahrungen und Gefühle zu führen und sich für den jeweiligen Augen-

⁷⁵ Interessant an diesem Fallbeispiel ist ein inhärenter Widerspruch zwischen der Narration im Zuge des Interviews und der bildlichen Repräsentation auf Instagram: Während die Abgrenzung für Rebecca erklärtermaßen nicht anhand der veganen Praxis einer Person, sondern entlang einer Skala des Interesses am Veganismus verläuft, vermitteln die von ihr auf Instagram geposteten Bilder ein anderes Verhältnis. Je enger die dargestellten sozialen Verbindungen, desto höher scheinen die unausgesprochenen Hürden für die Aufnahme in den jeweiligen Kreis. Folgt man der Annahme, dass das gemeinsame Essen und die Wahl der Speisen stets auch Ausdruck gesellschaftlicher Hierarchie ist (vgl. Meyer 2017, 27), so muss ins Auge fallen, dass in Rebeccas Fall überwiegend andere Veganer*innen abgebildet sind (wenn nicht gar ausschließlich). Sichtbar wird die Speiseordnung auch innerhalb der von Rebecca mitorganisierten analogen Treffen für Veganer*innen. Diese adressieren hauptsächlich Veganer*innen, obschon Rebecca in ihren neusten Postings hin und wieder erwähnt, dass auch Nicht-Veganer*innen kommen dürften. Die auf den veganen ‚Meet Ups‘ entstehenden Gruppenbilder versinnbildlichen die Speiseordnung und verstärken den Eindruck, dass vor allem Veganer*innen gerne am gemeinsamen Tisch gesehen werden.

blick des Rückhalts der in weiten Teilen anonymen Gemeinschaft zu vergewissern. Aus diesem Erlebnis heraus können sich die sozialen Bindungen auf dem Weg zur nächsthöheren Stufe verfestigen und schließlich in eine normative *communitas* münden, in der sich allmählich langfristige Strukturen aufbauen. Dieser Status drückt sich im Kontext des hier untersuchten Felds beispielsweise als regelmäßiges gegenseitiges Kommentieren und Liken von Beiträgen sowie in Praktiken des Verlinkens und gegenseitiger Jobempfehlungen aus.

In Rebeccas Fall lassen sich die über Instagram geknüpften sozialen Beziehungen sogar in ökonomisches Kapital umwandeln. Im Interview betont meine Gesprächspartnerin, dass es auch in beruflicher Hinsicht „voll wichtig“ sei, sich auf Instagram zu vernetzen. Die über die Plattform aufgebauten sozialen Beziehungen dienen ihr auch als Quelle möglicher Aufträge, denn innerhalb der veganen Community unterstütze man sich bei der Einwerbung von Aufträgen. Sie selbst empfehle ihren Influencer-Freund*innen „immer bei Events oder bei Kooperationen“, umgekehrt sei das genauso. „So unterstützt man sich halt. [...] Oder ein anderer hat jetzt ein Buch herausgebracht, da helfe ich, das zu bewerben.“ Deswegen sei es wichtig, „dass man sich vernetzt, damit man immer auf Unterstützung vertrauen kann, wenn man mal selber irgendwie was braucht.“ Soziales und ökonomisches Kapital bedingen sich in Rebeccas Lebenswelt gegenseitig, sind miteinander verschlungen.

Ein weiteres Beispiel für die Bildung normativer *communitas* sind die von Rebecca ins Leben gerufenen ‚vegan Meetups‘. Aufbauend auf dem Wunsch, die online geknüpften sozialen Beziehungen an das analoge Leben zurückzubinden (mit Blick auf andere qualitative Studien zu ‚Online-Kontakten‘ muss dieses Ansinnen keineswegs bestehen (vgl. Schönberger 2006, 630)), entwickelte die Porträtierte das Konzept der ‚vegan Meetups‘. ‚Online-‘ und ‚Offline-Welt‘ sollen sich so miteinander verbinden, die gemeinsamen Werte und Interessen dazu führen, auch in der analogen Welt, Zeit miteinander zu verbringen.

„Die Idee entstand so in der Community. [...] Also ein paar größere Blogger oder Influencer haben so gesagt, ey, lass uns doch mal treffen so. Lass uns doch mal eine Stadt raussuchen und uns dann alle gemeinsam zum Picknick oder so was treffen. Dann haben wir gesagt, machen wir es öffentlich. Machen wir es so, dass jeder kommen kann. Also jeder lädt die Leute ein und so weiter. Jeder teilt das auf seinem Profil. Daraus ist dann das erste vegan Meetup entstanden.“ [IV]

Seither organisierte Rebecca regelmäßig ‚vegane Meetups‘. Die Organisation dieser Zusammenkünfte sei ein ‚Herzensprojekt‘, so erklärt meine Gesprächspartnerin im Interview. Sie empfindet die Begegnungen als ‚super intensiv, weil man so viele Interessen‘ teile. Die

Treffen gäben ihr immer „total viel“. Ebenso seien Freundschaften daraus erwachsen, beispielsweise habe sie ihre heutige beste Freundin „auf dem ersten Meetup kennengelernt.“ Auf Instagram betont sie ihre Wertschätzung mehrfach. „I can highly recommend taking the community you have online into the physical realm. I have met my soulmates on these meet ups.“ Das im virtuellen Raum herangewachsene *communitas* wird also durch die analogen Treffen zu einer normativen *communitas*.

Auch die dritte Ausprägung, jene der ideologischen *communitas*, innerhalb derer Vorstellungen von einem guten oder besseren Leben verhandelt und erdacht werden, scheint im Feld auf. Rebecca selbst verweist in einigen Texten auf das Ziel einer gesellschaftlichen Verbesserung oder Reform als Ergebnis des Austauschs: „I see myself surrounded by talented, passionate & like-minded people working together for a more conscious world.“ So führt der dem Veganismus implizite Impuls für eine gesellschaftliche Reform zur Bildung ideologischer *communitas*.

Weit bemerkenswerter als die Bildung solcher Gemeinschaften, in denen der gesellschaftliche Diskurs resoniert und umgeformt wird, ist die Rolle der Plattform für die hier untersuchten Fälle: Ohne die virtuelle Infrastruktur könnte sich eine solche *communitas* nur mit sehr viel größerem Aufwand durch die Beteiligten bilden. Für Rebecca und einen Teil der anderen Porträtierten stellt Instagram eine äußerst niedrigschwellige Möglichkeit dar, sich politisch zu artikulieren und direkte soziale Resonanz zu erfahren. Auf Basis der offensiv zur Schau gestellten Interessensgleichheit überbrücken die Betroffenen eine gesellschaftliche Distanz, die im analogen Leben deutlich stärker zutage tritt: Meist befinden sich im sozialen Nahumfeld nur wenige bis gar keine anderen Veganer*innen. Durch Instagram als technologische Vermittlungsinstanz wird die vegane *communitas* erfahrbar und die Grenzen des analogen Raums hinweg sichtbar.

5.7.7 Wir-Formulierungen und Wir-Gefühle

Das Streben nach Bildung einer wirksamen Gemeinschaft zeigt sich im vorliegenden Fallbeispiel über das explizite Argument beziehungsweise den artikulierten Wunsch hinaus in ästhetischer Weise. Dabei nutzt Rebecca Instagram nicht nur für die bildliche Inszenierung der Gemeinschaft von Veganer*innen, sondern markiert die kollektive Identität auch sprachlich, indem sie häufig Wir-Formulierungen verwendet. „I’m on the optimistic team and believe that by working together and supporting each other we will find sustainable solutions to peacefully coexist on this wonderful planet.“ Durch die Verwendung des ‚Wir‘ verweist sie sprachlich auf

die Einheit der Veganer*innen, grenzt das handelnde ‚Wir‘ gegen einen oder mehrere fiktive andere ab.

Neben Rebeccas Wir-Formulierungen kommen auch ‚Wir-Gefühle‘ zum Ausdruck. Nach Christoph Bareither äußern sich Wir-Gefühle „im Sinne einer gefühlten Gruppenzugehörigkeit, aber zugleich im Sinne gemeinsamer Arten und Weisen des Fühlens.“ (Bareither 2019b, 42) „[D]urch die kommunikative Vergegenwärtigung eines geteilten praktischen Sinns für bestimmte Arten und Weisen des Fühlens“ (ebd., 45) entstünden Wir-Gefühle. In den von Rebecca veröffentlichten Texten und Bildern kommt genau dieses geteilte Gefühls-Wissen zum Ausdruck. Rebecca ruft den Akt des gemeinschaftlichen Fühlens aktiv auf Instagram hervor, indem sie beispielsweise von ihrem Weltschmerz berichtet und an ihre Follower*innen die Frage stellt, ob sie ähnliches fühlten. Der von ihr dazugesetzte ‚Fragen-Sticker‘⁷⁶ unterstreicht ihre Handlungsaufforderung zum gemeinschaftlichen Fühlen. Beispielhaft sei hierzu ein Instagram-Beitrag zitiert, in dem sie sich auf das Feedback der Follower*innen bezieht:

„Mich hat plötzlich die ganze Trauer übernommen, die sich in den letzten Wochen angestaut hat. Man bekommt so vielem mit von Umweltkatastrophen über Tierquälerei und dem ganzen Leid auf der Welt. Meistens nimmt man es nur am Rand wahr und reflektiert nicht groß darüber. Zumindest geht es mir so, dass es mich dann geballt irgendwann einholt. Und weil die freudigen Momente genauso zu Instagram gehören wie die traurigen, habt ihr mich auch mal weinend erlebt. Fast 90 % von euch haben angeklickt, dass es euch auch so geht. Wisset, dass ihr nicht alleine seid und dass unsere gesammelte Hoffnung eine große Auswirkung auf die Welt haben wird. Ich weiß es. Ich spüre es. Veränderung liegt in der Luft.“ (IG)

Bareither folgend, führt die verbalisierte körperlich-emotionale Gemeinsamkeit im Akt des Fühlens dazu, dass sich Wir-Gefühle weiter verstärken. Genau hierfür nutzt Rebecca Instagram, um trotz räumlicher Distanz mit anderen Veganer*innen (oder mit dem Veganismus Liebäugelnden) gemeinschaftlich Emotionen zu erleben. Das für die Befragten handlungsleitende Gefühlskonglomerat aus Mitgefühl sowie ‚Verantwortlich-Sein‘ gegenüber der gesamten Tier- und Umwelt, welches über Instagram kommunikativ vergegenwärtigt werden kann, stärkt dann das Beziehungsgeflecht, das Zusammengehörigkeitsgefühl der Veganer*innen. Das technogene gemeinsame Fühlen ermöglicht also die Rückkopplung mit der konkreten Erfahrungswelt der*s Einzelnen und induziert somit ‚vegane Wir-Gefühle‘.

⁷⁶ Der ‚Fragen-Sticker‘ bietet User*innen die Möglichkeit, konkrete Fragen an die Betrachtenden zu stellen. Andere User*innen können über das Feld des Fragen-Stickers der fragenden Person antworten.

5.7.8 Virtuelle Esserlebnisse

Nun lässt sich außerdem die These aufstellen, dass durch die enorme Bedeutung, die veganem Essen prinzipiell von Seiten meiner Interviewpartner*innen beigemessen wird, gemeinsame Mahlzeiten im analogen Raum ein besonders starker sozialer Klebstoff sind. Zwar legen andere Studien den Schluss nahe, dass das kollektive Essen seine soziale Funktion maßgeblich eingebüßt habe (vgl. Wilk 2011, 266), für die Befragten lässt sich indes das Gegenteil feststellen. Veganes Essen ist hier aufgrund der enormen symbolischen Aufladung, die weit über den Tellerrand hinausweist, als Sonderfall zu betrachten: Gemeinsam essen wird unabhängig von Raum und Zeit, so meine These. Sowohl im analogen Raum als auch via Instagram wird gemeinsam gespeist und gekocht, ob durch den Austausch von Rezepten, gemeinsames Kochen in Live-Storys oder durch den Austausch in der Kommentarspalte. Verbindend ist die emotionale Komponente des gemeinsamen Esserlebnisses, das auf dem gleichen Essstil aufbauende Wir-Gefühl. Das gemeinsame Essen am Esstisch wird weniger relevant, nicht aber das gemeinsame Essen an sich, dass sich in ein entzeitlichtes und entörtlichtes virtuelles Esserlebnis umwandelt.

5.7.9 Veganein bloß um der Gemeinschaft willen?

An den vorherigen Ausführungen und an Rebeccas Interviewaussagen wie: „ich wollte Teil davon sein“ wird deutlich, welche immense Bedeutung der Suche nach Gemeinschaft in diesem Fallbeispiel zukommt. Da der Aspekt der Gemeinschaft so omnipräsent ist, ließe sich hieran die These anschließen, dass sie nicht nur wegen der von ihr im Interview genannten Motive (Gesundheit, Umwelt, Tierleid etc.) vegan lebe, sondern ihr Wunsch nach Zugehörigkeit zur Gruppe der Veganer*innen mindestens genauso bedeutsam sei.

Man könnte Rebecca nun Opportunismus unterstellen, da ihr Veganismus der „Figur des kritischen Staatsbürgers [entspricht], der hehre politische Ziele verfißt und mutig die Stimme gegen das Establishment erhebt (Tierschutz, Ökologie, etc.)“ (Klotter 2016, 10) – dass sie aber eigentlich, bloß aus einem Wunsch nach Zugehörigkeit vegan lebe und damit gleichsam als Trittbrettfahrerin einem Trend folge. Sowohl Teile des Feuilletons als auch der wissenschaftlichen Gemeinschaft neigen dieser Lesart zu, wie es auch im eben zitierten Text zwischen den Zeilen mitschwingt. Das unmittelbare analytische Problem einer solchen Reduktion der Motive ist jedoch augenfällig: Die Perspektive bedingt argumentativ stets eine moralische Abwertung der veganen Lebensweise – die Behauptung, die vegane Lebensweise sei nur ein Trend unter vielen, schließt authentische ökologische und tierethische Bedenken als handlungsleitend aus. Anders gesagt, wird die vegane Lebensweise mit dem Stempel ‚(Lifestyle-)Trend‘ ihrer Rolle

als ernstzunehmende gesellschaftliche Gegenposition entledigt; mit der Begründung, der Protest sei nicht das eigentliche Ziel, sondern diene nur der moralischen Selbsterhöhung.⁷⁷

Eine Reduktion auf den Trend-Charakter würde also dem Feldbefund nicht gerecht – damit würden Rebecca alle anderen explizit genannten Motive aberkannt, die biografische Wandlung, die sie selbst im Gespräch andeutet, ignoriert. Im Interview spricht Rebecca davon, dass sie brutale Schlachtvideos „früher“ nicht schockiert hätten. Sie deutet also eine biografische Entwicklung an, die sich auch auf ihrem Instagram-Profil spiegelt, auf dem sie nicht nur gesundheitliche Vorteile des Veganismus propagiert, sondern auch Umwelt- und tierethische Aspekte sowie ihren Weltschmerz regelmäßig zur Sprache bringt. Fand Rebecca ihren Einstieg in den Veganismus noch über den nach eigener Angabe rein egoistischen Wunsch nach Gesundheitsoptimierung, scheinen sie über die Zeit auch weniger egozentrische Beweggründe zur Beibehaltung der veganen Lebensweise zu motivieren. Betrachtet man speziell Rebeccas Wunsch nach Gruppenzugehörigkeit, gäbe es für sie aller Wahrscheinlichkeit nach leichtere Wege, bei denen sie deutlich weniger Verzicht und Ablehnung in ihrem Alltag in Kauf nehmen müsste.

Im Fall Rebeccas legt das Gesamtbild den Schluss nahe, dass sie mehrere zum Teil zeitlich nacheinander einsetzende Antriebe für ihren Veganismus erlebt. In dieser Lesart wäre das Zugehörigkeitsgefühl nicht ihr primäres Motiv, sondern ein nachgelagerter Grund, der sich erst nach den ersten Erfahrungen durch konkretes Feedback innerhalb der Community eingestellt hat. Vor dem Hintergrund der anderen vorgestellten Fallanalysen möchte ich genau diesen Punkt noch einmal betonen, da sich auch in anderen Fallbeispielen eine Suche nach ‚Seelenverwandten‘ beziehungsweise das positive Gefühl zeigt, Gleichgesinnte über das Veganein gefunden zu haben.

Vor allem in geistes- und sozialwissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit der veganen Lebensweise wurde dieser Aspekt meines Erachtens bisher eher vernachlässigt – die in dieser Arbeit porträtierten Fälle zeigen allerdings deutlich, dass der Gemeinschaftsaspekt ein wichtiger Antrieb für die vegane Lebensweise sein kann – neben tierethischen, ökologischen und gesundheitlichen Gründen. Möglicherweise entfaltet das Gemeinschaftsgefühl auch insbesondere für die Fortführung der veganen Lebensweise eine Bedeutung, da sich die Veganer*innen in ihrer Entscheidung gegenseitig bestätigen können, wohingegen es ihnen in ihrem sonstigen Alltag häufig an positiver Resonanz mangelt. Aus diesem Blickwinkel betrachtet, fügt sich der

⁷⁷ Ich erlaube mir an dieser Stelle auf die immanente Ironie des Umstands hinzuweisen, dass Publikationstitel wie „Gemüseheilige“ (vgl. Fritzen 2016) im Gegenzug weit weniger rechtfertigungsbedürftig erscheinen – sich der *Carnismus* seines gesellschaftlichen Rückhalts also trotz der diskursiven Herausforderung durch den Veganismus weiterhin gewiss sein kann.

Wunsch nach Gemeinschaft in das Konglomerat an Beweggründen für eine vegane Lebensweise ein. Alle Gründe wirkten dann als sich wechselseitig verstärkende Faktoren für die Beibehaltung der veganen Lebensweise.

5.7.10 Kulinarische Abgrenzungen

Bisher wurde im Fallbeispiel Rebecca insbesondere der Aspekt der Gemeinschaft beleuchtet. Nun speisen sich Gruppengedühle aber nicht nur aus dem Eindruck der Übereinstimmung, sondern ebenso aus Gefühlen der Abgrenzung zu anderen (genauere Ausführungen hierzu siehe Kapitel zwei). Gruppenzugehörigkeiten sind folglich an die Vorstellung geknüpft, sich von denjenigen, die nicht dazugehören, zu unterscheiden (vgl. Birk & Neumann 2002, 124; Keupp 2008, 27).

Ernährungsformen können dieser Abgrenzung dienlich sein, denn Geschmacksvorlieben dienen nicht nur der sozialen Integration und dem Ausweis einer Gruppenzugehörigkeit, sondern wirken ferner als distinktive Zeichen (vgl. Barlösius 2016, 77; Trummer 2015, 73; Ott 2017, 18). Als „mächtiges Zeicheninventar“ (Heimerdinger 2015b, 213) sind Essstile Mittel der „gruppen-, schicht- und milieuspezifische[n] Differenzierungen“ (ebd., 207), sie sind eine Art „Kürzel für Identität“ (Köstlin 2006, 13). Mit der Ernährungsweise lässt sich zeigen, wer man sein möchte und in welcher Welt man leben möchte (vgl. Tolksdorf 2001, 251). Welchen Wert gegenwärtig der alltäglichen Nahrung beigemessen wird, bezeugen nicht zuletzt Formulierungen wie: Einkaufen gehen heiÙe heute „wählen gehen“ (Lemke 2007a, 148). Der gezielte Griff in das Supermarktregal oder die Auswahl im Restaurant wird als eine Möglichkeit gesehen, mittels „kulinarischer Kompetenz“ (Wilberg 2016, 225) die eigene moralische Gesinnung zu demonstrieren. Mit der ‚richtigen‘ Wahl kann der*die Einzelne Anerkennung sowie Prestige erwerben (vgl. Ott 2017, 450).

Die vegane Ernährungsweise eignet sich besonders zur sozialen Positionierung, da sie im gegenwärtigen Diskurs als ausdrucksstarke Gegenposition verstanden wird. Da der vegane Lebensstil für seine Befürworter*innen mit dem Versprechen einhergeht, sowohl hinsichtlich des Tierwohls und der Umwelt als auch im Hinblick auf die menschliche Gesundheit die ‚bessere Wahl‘ zu sein, grenzt diese alltäglich gelebte und auf Instagram vorgeführte „kulinarische Moral“ (Barlösius 2004, 48) Veganer*innen als ‚Besser-Esser*innen‘ von Nicht-Veganer*innen ab – unabhängig davon, ob sie sich tatsächlich abgrenzen wollen. Diese moralische Selbsterhöhung ist der veganen Lebensweise inhärent, da eine Entscheidung für eine vegane Lebensweise in der Regel aus der Überzeugung erwächst, die nicht-vegane Norm sei moralisch unzureichend.

Rebeccas Gegenposition spiegelt sich auch in ihrer Wortwahl auf Instagram wider – die Abgrenzung findet auf ihrem Profil also nicht nur passiv statt, sondern sie distanziert sich immer wieder bewusst (bild-)sprachlich von Nicht-Veganer*innen. An dieser Stelle sei gleichwohl vermerkt, dass sich ihre Instagram-Beiträge dahingehend wandeln. Die ostentative Betonung einer Andersartigkeit ist in ihren älteren Beiträgen, ungefähr vier Jahre vor dem Zeitpunkt der Erhebung, in der Anfangszeit ihres Veganseins, wesentlich häufiger Thema, als bei neueren Posts. Möglicherweise war zu Beginn ihrer veganen Lebensweise das Bedürfnis nach Abgrenzung stärker als heute, nachdem sie ihren ‚sozialen Platz‘ gefunden hat. Nichtsdestoweniger finden sich auch unter aktuelleren Beiträgen Inhalte, die auf ein Bedürfnis nach sozialer Distinktion verweisen.

Exemplarisch ist dafür einer ihrer neueren Beiträge: Das Bild zeigt eine Mahlzeit aus der Vogelperspektive – wie es der Bildbeschreibung zu entnehmen ist, eine „Green pumpkin seed nicecream bowl“. Sämtliche Zutaten sind grün – von dekorativ verteilten Kürbiskernen über wellenförmig eingeschnittene Kiwi-Scheiben bis zu einer grün eingefärbten Masse aus Chiasamen. Durch einen entsprechenden Farbfilter erstrahlt die Aufnahme in besonders intensiven Grüntönen. Darunter findet sich folgender Text:

„WARUM VEGAN? [...] Vegan, Umwelt und Gesundheit gehören für mich in einen Topf. Wer sich optimal mit Nährstoffen versorgen möchte, kann dies durch eine vollwertige, abwechslungsreiche, pflanzenbasierte Ernährung erreichen. Als positiver Nebeneffekt tritt nicht nur Power und Wohlbefinden ein, sondern auch ein ziemlich drastischer positiver Effekt auf die Umwelt. Der ökologische Fußabdruck eines Veganers liegt im Schnitt nämlich bei 75kg CO₂ pro Jahr, während Fleischesser circa 566 kg CO₂ verursachen (Vegetarier 289 kg). Rechnet man das auf ein ganzes Leben, kommt da einiges an CO₂-Ersparnis zusammen. Wenn du auch etwas für die Umwelt tun möchtest, empfehle ich vor allem Fleisch wegzulassen, aber auch Käse, Eier und Fisch. Die umweltfreundlichsten Lebensmittel sind Obst und Gemüse.“ (IG)

Mit Blick auf den Bildtext ergibt sich der Eindruck, dass Text und Bild bewusst aufeinander abgestimmt sind – die Farbe Grün scheint hier symbolisch für ein nachhaltiges Umweltbewusstsein, als Indikator für die Gruppe der Veganer*innen zu stehen. Ähnliche Nutzungspraktiken lassen sich auch innerhalb der anderen Fallbeispiele feststellen.

Die dichotome Ursachen- und Wirkungslogik ist für die Porträtierte eindeutig: je weniger Tierprodukte verzehrt werden, umso besser ist die ökologische Bilanz und damit die moralische Position des*der Essenden. Eingebettet in eine Zeit der gesellschaftlich wachsenden Angst vor

den Folgen der Klimaerwärmung (vgl. Raile & Rieken 2021), erscheint die vegane Ernährung in ihrem Post als wünschenswerte verantwortungsbewusste Esspraktik, da sie am ehesten das Klima schone. Wie bereits andere der Porträtierten richtet auch Rebecca ihre vehemente Forderung, Verantwortung zu übernehmen, weniger an die Politik oder Konzerne, sondern die einzelnen Konsument*innen: „We all have the free will to decide what we consume, whenever and how often.“ Zu all jenen, die sich nicht vegan und damit weniger ‚grün‘ ernähren, markiert sie einen Abstand, den sie gleichfalls bildsprachlich mit ihrem ‚grünen Foodporn‘ in Szene zu setzen weiß.

Indem die Porträtierte ihren nicht-veganen Follower*innen empfiehlt, Tierprodukte vom alltäglichen Speiseplan zu streichen, demonstriert sie ihr weitergehendes kulinarisches Wissen, das sie in Alltagspraktiken übersetzt – allen Nichtwissenden gegenüber erscheint sie in ihrer Selbsterzählung dadurch überlegen. In älteren Beiträgen zeigt sich diese Wissensüberlegenheit noch deutlicher, beispielsweise wenn sie ein Bild hochlädt, auf dem folgender Schriftzug zu lesen ist: „If we all educated ourselves we’d all be vegan“. Rebecca propagiert hier eine Differenz zwischen Wissenden und Nichtwissenden: Wer die Verhältnisse erkannt habe, müsse zwangsläufig vegan leben.

Nach demselben Prinzip rekurriert Rebecca auf ihrem Profil auf das Mitgefühl einer Person. In einem anderen Post fragt sie: „Are you kind, loving and compassionate or ignorant and self-referred?“ Auch hierin zeigt sich eine Markierung sozialen Abstands: Für die Gruppe der Veganer*innen beansprucht sie Tugenden, welche sie Nicht-Veganer*innen im Gegenzug abspricht.

In Sätzen wie: „Wake up and help change the world!“ zeigt sich eine Abgrenzung zu all jenen, die noch nicht ‚erwacht‘ seien beziehungsweise vor allem jenen, die nicht ‚erwachen‘ wollen. Erwacht sind in Rebeccas Sinnuniversum all jene, die vegan leben. Da die Anzahl an Veganer*innen im wohlhabenden globalen Norden verhältnismäßig gering ist, wirkt diese Dichotomie ebenfalls als Abgrenzung von der Dominanzkultur.

Nun können die Äußerungen der Porträtierten als moralische Selbsterhöhung (vgl. Roth 2011, 195) verstanden werden. Mit dieser Einschätzung schwingt gegenwärtig oftmals eine mokante, abschätzigte Bewertung mit (vgl. Roth 2017, 7) – moralische Selbsterhöhungen erscheinen als problematisch, obwohl sie jeglichen Praktiken des Problemaufzeigens inhärent sind. Die Beiträge Rebeccas, die die vegane Lebensweise als ‚die bessere‘ darstellen, würden aus dieser Perspektive hauptsächlich der Zelebrierung eines Gefühls der moralischen Integrität dienen, wie es Wolfgang Ullrich der aktuellen Bekenntniskultur diagnostiziert (vgl. Ullrich 2017, 24). Damit würde aber das von meiner Gesprächspartnerin im Interview verbalisierte Ziel

unterschlagen, andere Menschen zur Reflexion ihres alltäglichen Handelns zu bewegen und eine gesellschaftliche Verbesserung voranzutreiben. Die optimistische Haltung, durch die vegane Lebensweise in Kombination mit ihrer Reichweite auf Instagram zu einer gesellschaftlichen Verbesserung beizutragen, sollte hier nicht aus den Augen geraten.

Im soeben angesprochenen Aspekt kündigt sich ein Grund für die im virtuellen Raum Instagram bewusst inszenierte Andersartigkeit an, die sich vor allem aus den geführten Interviews ergibt. So scheint es im Fall der befragten Veganer*innen ein Bedürfnis zu geben, online unter Beweis zu stellen, ‚tatsächlich‘ anders zu sein als die Mehrheitsgesellschaft – und zwar deshalb, weil den Veganer*innen im Alltag nicht selten der von ihnen angestrebte Zustand als ‚Gutmensch‘ in Form von Gegenargumenten abgesprochen werde – ob es nun um den ökologischen Fußabdruck geht, die gesundheitlichen Vorteile oder die moralische Besserstellung gegenüber Nicht-Veganer*innen. Die Befragten scheinen im Alltag häufig zu Rechtfertigungen aufgefordert, woraufhin das jeweilige Gegenüber die vorgebrachten Argumente der Verbesserung negiert. Der von Ullrich prinzipiell formulierte Vorwurf der sich gegenwärtig häufenden „Moralkulissen“ ist im Alltag der Befragten unterschwellig omnipräsent.

In allen hier vorgestellten Fällen ist allerdings die für das Selbstbild der befragten Veganer*innen wichtige Überzeugung essenziell, verantwortungsbewusst zu handeln (der Umwelt und sich selbst gegenüber). Wird ihnen der Status als ‚Gutmensch‘ abgesprochen oder die Anerkennung hierfür verwehrt, erfährt das Selbstbild der Veganer*innen eine Erschütterung. Dieser Verunsicherung kann die Selbstinszenierung und Gruppenassoziation auf Instagram entgegenwirken. Die gewünschte Andersartigkeit kann dort unter Beweis gestellt oder argumentativ verteidigt werden.

Aus dieser Beobachtung ergäbe sich dann, dass die Andersartigkeit auf Instagram besonders herausgestellt wird, um ihre Sichtweise argumentativ zu untermauern. Fotos und Videos wären somit Teil einer Beweisführung, dass die Befragten tatsächlich ‚anders‘ sind, also täglich entsprechende Entscheidungen treffen, ihr Veganismus folglich nicht bloß eine Kulisse ist, sondern sie tatsächlich zur diffusen Gruppe der ‚Weltverbesser*innen‘ oder in die hart umkämpfte Nische ökologischer Lebensstile gehören (vgl. Neckel 2018, 60). Das wiederum würde erklären, weshalb Rebeccas Abgrenzungsversuche über die Zeit abnehmen, da die sie bestätigende und anerkennende Masse auf Instagram kontinuierlich weiterwächst.

6 Abschließende Synthese: Zusammenführung der Fallbeispiele

Um sich der Innenperspektive der Veganer*innen (medien-)ethnografisch anzunähern, wurden in den vorangegangenen Fallanalysen die Instagram-Profile ‚zum Sprechen gebracht‘. Hierfür habe ich die Analyse der Instagram-Profile mit der jeweiligen Auswertung des dazugehörigen qualitativen Interviews kombiniert. Ein Vorteil dieses methodischen Zugriffs ist, dass die im virtuellen Raum erhobenen Informationen für die vorliegende qualitative Forschung nicht bewusst evoziert wurden – im Gegensatz zu den durchgeführten Gesprächen. Die Interviews wiederum erweiterten den Horizont der Analyse um die emische Perspektive der Akteur*innen auf ihre eigenen Profile. Sie ermöglichten es erst, beide empirischen ‚Datensätze‘ in einen Dialog zu setzen.

Aus einer akteurszentrierten Perspektive heraus betrachtet, ging es mir in den vorangegangenen Kapiteln nicht darum, numerisch repräsentative Ergebnisse aus dem Material zu filtern. Vielmehr sollte ein verstehender und multiperspektivischer Zugang zu veganen Lebensentwürfen eröffnet werden. Hierfür wurden die Erzählungen der befragten Veganer*innen in Anlehnung an Silke Meyers kulturwissenschaftliche Narrationsanalyse (vgl. Meyer 2017) und mithilfe von unterschiedlichen theoretischen Konzepten interpretiert. Im Fokus der Interpretation standen die subjektiven Erfahrungswelten der einzelnen Personen, wobei ein besonderes Augenmerk auf den Mechanismen der Sinnstiftung und auf den kollektiven Werthaltungen und Handlungsmaximen lag. Das Ziel bestand dabei nicht darin, ‚Wahrheiten‘ aufzudecken oder die Interviewten zu bewerten. Stattdessen ging es primär um „die Erschließung von Sinnwelten, Motivations- und Stimmungslagen“ (Schwibbe 2013a, 12) sowie die Analyse der dabei aufscheinenden Gegenwartsverständnisse. Es interessierten also weniger objektive Zusammenhänge als vielmehr die subjektiven Sinnwelten und Weltdeutungen in ihren Eigenarten und individuellen Bedeutungen.

Die gewählte Darstellungsweise der Fallanalysen ermöglichte es, nicht nur als Forschende, sondern auch die Lesenden durch eine besonders ‚dichte Beschreibung‘ nah an das jeweils porträtierte Individuum heranzurücken. Den Lesenden wurde so ein umfassender Einblick in unterschiedliche Sinnuniversen von Veganer*innen gewährt. Dieser mikro- und multiperspektivische Zugang veranschaulichte detailliert, wie die Befragten ihre vegane Lebensweise wahrnehmen, und ermöglichte es den „kreativen und eigenwilligen [...] Deutungsmustern“ (Tauschek 2019, 90) der Veganer*innen Rechnung zu tragen.

Es ging in den Fallanalysen darum, zu verstehen, welchen Platz der Veganismus im Leben einzelner Menschen haben kann, um zu einem besseren Verständnis der Entscheidung für eine vegane Lebensweise sowie zu einer Aufweichung gängiger Stereotypisierungen von Veganer*innen beizutragen. Genau darin besteht die Chance kulturanthropologischer Forschung: Denn die hermeneutische Analyse von subjektiven Sinngebungen kann dazu beizutragen, „Phänomene besser zu verstehen (im Sinne von Erkennen, nicht im Sinne von Legitimieren), die aus anderer Perspektive eher mit dem normativen Gestus des Unverständnisses behandelt werden.“ (Wolff 2016, 443)

6.1 Ziel der Zusammenführung

Die anhand der Fallbeispiele herausgearbeiteten Ergebnisse werden nachfolgend explizit in einen Dialog gesetzt. Ziel ist es, die jeweilige Binnenperspektive der Fallbeispiele mit dem aus den anderen Fällen gewonnenen Wissen zu kombinieren und zu einer Synthese zu verdichten. So fanden sich in den Fallbeispielen Hinweise auf paradigmatische Konstellationen und ähnliche Deutungsmuster und Erzählstrategien. Jene Befunde sind somit „nicht nur in den Einzelfällen signifikant, sondern haben auch ‚strukturerhellende Evidenz‘“ (Bude 2010, 577). Als „Konstrukteur der Ethnographie“ sehen Ethnolog*innen in der Tat mehr als die „Ethnographierten“ (Uhlig 2016, 483) – genau dieser erweiterte Blickwinkel auf den Lebensstil des Veganismus erlaubt in der nachfolgenden Zusammenführung vorsichtig formulierte Thesen zur veganen Lebensweise und der Bedeutung der virtuellen Selbsterzählung.

6.2 Beweggründe für die Erstellung eines Instagram-Profiles

6.2.1 Weltverbesserung via Instagram

Aus den Fallanalysen ergibt sich vor allem ein primäres Motiv für die Eröffnung der Instagram-Profile: der Impetus, andere Menschen durch Instagram-Posts zu einer veganen Lebensweise zu motivieren und damit die Verbreitung des veganen Lebensstils zu fördern. Die Verbreitung ist den Porträtierten vor allem deshalb ein Anliegen, da sie in der veganen Lebensweise eine Möglichkeit sehen, zu einer Verbesserung der Welt beizutragen – die bloße Umstellung des eigenen Verhaltens wird nicht als ausreichend empfunden. Indem via Instagram neue Mitstreiter*innen für die ‚richtige‘ gemeinsame Sache akquiriert werden sollen, soll die *Weltverbesserung* vorangetrieben werden. Da sich dieses Motiv in allen Fallbeispielen wiederfindet, erscheint es als eine der primären „sinnstiftenden (oder sinnstabilisierenden) Handlungs- und Haltungskonsequenzen“ (ebd., 492) für die zeitintensive Arbeit an den Instagram-Profilen.

Um gemeinsame Mitstreiter*innen für die ‚richtige‘ Sache zu akquirieren, setzen die Profilinehaber*innen in ihren Instagram-Beiträgen den „dominanten Werthaltungen“ (Heimerdinger 2013b, 9), die mit der gesellschaftlichen Hegemonie der Tierprodukte inkludierenden Ernährungsweise einhergehen, die Werte- und Normkomposition des Veganismus entgegen. Mal mehr, mal weniger offensiv plädieren die Porträtierten auf ihren Profilen für den Wert jedes leidensfähigen Wesens, für eine Abkehr von der gegenwärtig prävalenten Praxis, Tierleid gesellschaftlich in Kauf zu nehmen, und für den Veganismus als alternative Ernährung und Lebensführung. Propagiert wird die vegane Lebensweise weiterhin auch mit Umweltschutzbestrebungen und gesundheitlichen Argumenten. In ihren Überzeugungsversuchen kombinieren die Interviewpartner*innen – in unterschiedlicher Intensität und Gewichtung und zumeist auf Basis ihrer eigenen veganen Alltagspraktik – sachliche Hintergrundinformationen mit individuellen Auslegungen und Sichtweisen sowie alltagsnahen Handlungsempfehlungen.

6.2.2 Verlagerung in den virtuellen Raum

Ganz bewusst verlagern die Befragten ihre Überzeugungsversuche vom analogen in den virtuellen Raum, da sie dort, so zumindest die Erfahrung der Interviewten, auf ‚fruchtbareren Boden‘ treffen. Begründen lässt sich dies mit der im Feld mehrfach vorgefundenen Ansicht, dass die auf Instagram veröffentlichten Inhalte zumindest auf ein (mäßig) interessiertes Publikum treffen, das den ‚Ambitionen des Wachrüttelns‘ offener gegenübersteht als Personen im analogen Raum. Nur selten empfinden die Interviewpartner*innen die analog geführten Diskussionen über die Sinnhaftigkeit einer veganen Lebensweise als ergiebig. Instagram scheint bei den Befragten eine Lücke zu schließen, insofern die Plattform einen Raum für den Austausch mit Interessierten oder gar Gleichgesinnten ermöglicht. In der analogen Welt scheint sich ein solcher Raum selten aufzutun.

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang überdies, dass Plattformen wie Instagram nicht selten vorgeworfen wird, dass sie ihre User*innen ‚in ihren eigenen sozialen Blasen verkommen lassen‘ (vgl. Pariser 2012). Die Befragten verstehen ihre Profile jedoch vielmehr als „produktive[] Störsignal[e]“ (Pörksen 2018, 54). Um die Sichtweisen anderer ‚stören‘ zu können, dürfen diese im Idealfall aber nicht aus der gleichen sozialen Blase stammen. Ob dieser Wunsch meiner Interviewpartner*innen in Erfüllung geht, lässt sich anhand des empirischen Materials nur schwerlich beantworten. Allerdings liefern die Fallbeispiele diesbezüglich zwei Perspektiven.

Ein empirisches Gegenbeispiel bietet Hanna: Sie sieht in ihren analogen aktivistischen Bemühungen für Tierrechte ein deutlich größeres Potenzial, um mehr Menschen zu einer veganen

Lebensweise zu bewegen, als in ihrem Instagram-Profil. Im Verlauf der Forschung vernachlässigte sie die Pflege ihres Profils deshalb sogar bewusst.

Sophie hingegen erhält über Instagram den ersten Anstoß, sich mit möglichen (in ihrem Fall vor allem gesundheitlichen) Folgen auseinanderzusetzen, die der Verzehr tierischer Produkte haben kann. Erst danach folgt die Auseinandersetzung mit dem Veganismus anhand von Büchern und Dokumentationen – sie selbst sieht Instagram als primären Auslöser für ihre Hinwendung zum Veganismus.

Die beiden Fälle verlaufen also diametral: Für Sophie sind andere Instagram-Profile ein handlungsentscheidendes Störsignal, wohingegen Hannas Erwartungen unerfüllt bleiben und sie sich von der Plattform abwendet. Hieran zeigt sich: Ob Instagram-Profile tatsächlich als Störsignale wirken oder nicht, kann sich von Fall zu Fall unterscheiden – ausschließen lässt sich diese Wirkung jedoch nicht, zumal mehrere Interviewpartner*innen über Rückmeldungen von Follower*innen berichten, die sich von ihnen zu einer veganen Ernährung oder Lebensweise hätten inspirieren lassen.

6.2.3 Inspirieren statt missionieren

Fallübergreifend zeichnet sich die Hoffnung ab, via Instagram mehr Menschen zu einer veganen Lebensweise zu motivieren. Durch den tagtäglich erbrachten ‚Beleg‘, dass sich die Vorzüge einer veganen Lebensweise bewähren, könnten andere Menschen zu einer veganen Lebensweise inspiriert werden – so ist zumindest die Hoffnung der Interviewpartner*innen. Das Vorleben via Instagram erscheint im Feld als eine „Methode des sanften Überzeugens“ (Wolff 2010, 188).

In diesem Zusammenhang scheint dem Feld der Topos des Inspirierens inhärent zu sein. Sowohl auf den Profilen als auch in den geführten Interviews wird diese Inspiration mehrfach als explizites Ziel genannt. Ein Deutungsangebot ist, dass die Veganer*innen damit bewusst dem im Feld virulenten Vorwurf des energischen Missionierens und des Dogmatismus einen eigenen Begriff entgegensetzen. Durch die Betonung des Begriffs der *Inspiration* wandeln die Befragten ihre Bemühungen, Menschen vom Veganismus zu überzeugen, in eine positiv konnotierte Tätigkeit.

Aufschlussreich bei dem Aspekt der Inspiration ist weiterhin, dass die vorgebrachten Argumente der Überzeugung für eine vegane Lebensweise von geringerer Bedeutung sind – solange sie dem Zweck der Überzeugung dienen. Denn auch, wer zunächst aus gesundheitlichen Gründen motiviert würde, vegan zu leben, gäbe seinen ‚Stimmzettel‘ im Supermarkt, beim

Restaurantbesuch oder auf Familienfeiern ab. Damit trage er*sie langfristig zu einer gesellschaftlichen Verbesserung bei – so die einhellige Ansicht meiner Interviewpartner*innen.

6.2.4 Dokumentieren, Beweisen, Korrigieren

Neben dem Inspirationspotenzial spiegelt sich in den Instagram-Praktiken der User*innen eine Dokumentations- und Beweisfunktion. Dieses Nutzungsverhalten kann als ein Versuch interpretiert werden, anderen Menschen die Vorzüge einer veganen Lebensweise via Instagram ‚am eigenen Leib‘ vorzuführen – etwa über die demonstrative Ausstellung der körperlichen Gesundheit, die Dokumentation des Einkaufsverhaltens, das Schwärmen über vegane kulinarische Köstlichkeiten oder das gefühlte leichtere Gewissen.

Neben der Demonstration der positiven Effekte dienen die Profile auch dazu, online die bewusste Abkehr von den Normen der Mehrheitsgesellschaft fortlaufend unter Beweis zu stellen. Diese Beweisfunktion scheint für die Befragten auch deshalb wichtig zu sein, da ihnen im analogen Alltag nicht selten der von ihnen angestrebte Status des ‚Gutmenschen‘ (ob es nun um den ökologischen Fußabdruck geht oder die moralische Besserstellung gegenüber Nicht-Veganer*innen) abgesprochen wird.

Der von Ullrich (vgl. Ullrich 2017) prinzipiell formulierte Vorwurf der sich gegenwärtig häufenden „Moralkulissen“ ist im Alltag der befragten Veganer*innen omnipräsent. Da ein verantwortungsbewusstes Handeln jedoch essenziell für die Selbstdefinition der Interviewten ist, erschüttert die verwehrte Anerkennung als ‚Gutmensch‘ oder als ‚weltverbessernder Mensch‘ ihr Selbstbild. Instagram kann dieser Destabilisierung entgegenwirken. Tagtäglich veröffentlichen die Porträtierten (audio-)visuelles Material, das die eigene Fähigkeit zu moralischen Konsumententscheidungen illustriert – und versuchen damit täglich unter Beweis zu stellen, dass ihr Veganismus mehr ist als eine bloße ‚Moralkulisse‘.

Besonders am Fallbeispiel Theresa zeigt sich eine weitere potenzielle Funktion von Instagram: die eines Korrektivs für das eigene Handeln. Theresa nutzt ihre täglichen Storys nicht nur als Dokumentations- und Beweisfunktion, sondern bewusst als Kontrollinstrument für ihren analogen Alltag. Bei jeder Konsumententscheidung fragt sie sich, ob sie diese auf Instagram präsentieren könnte, ohne ihrem Selbstentwurf als vegane, nachhaltig lebende Person zu widersprechen – sogar in Momenten, in denen sie sich gerade nicht filmt oder fotografiert. Ihr virtuelles Selbst fungiert als Vorbild, Maßstab und Korrektiv für ihr analoges Selbst.

6.2.5 Stütze des veganen Selbst

Veganer*innen geraten den Interviews zufolge im analogen Sozialleben häufig in argumentative Auseinandersetzungen mit Gegner*innen einer veganen Lebensweise.⁷⁸ Die Instagram-Profile können in solchen Fällen offenbar die narrative Verarbeitung solcher Konflikte unterstützen. Schilderungen des Erlebten in tagebuchähnlichen Texten und die daraufhin via Instagram erhaltenen Likes und andere positive Rückmeldungen stützen den Selbstentwurf als Veganer*in und wirken so identitätsstabilisierend und haltgebend. In der Wahrnehmung der Porträtierten erweist sich die Social-Media-Plattform daher als alltägliche Quelle der Wertschätzung und Anerkennung – Empörung (vgl. Pörksen 2018) oder Kritik, die bei dem oft als Reizthema empfundenen ‚Vegansein‘ vielleicht erwartbar wären, erreicht sie via Instagram selten.

Neben dem emotionalen Rückhalt dienen die positiven Rückmeldungen auch einer gegenseitigen Versicherung der ‚veganen Weltsicht‘. Insbesondere Theresa zeigt ein mehrdeutiges Veganismus-Verständnis: Zwar versteht sie ihre vegane Lebensweise als Möglichkeit zur positiven Veränderung der Welt, allerdings thematisiert sie auf ihrem Profil mehrfach die Angst vor den Grenzen der individuellen Einflussmöglichkeiten in der ideellen Auseinandersetzung mit einer hochprofessionellen Lebensmittelindustrie. Um den Glauben an die eigene Handlungsmacht und die Vision einer gesellschaftlichen Transformation nicht zu verlieren, erweist sich Instagram für sie als wertvolles Tool.

Optimistisch ließe sich schließen: Die lose Gemeinschaft im virtuellen Raum kann bedrückenden Zweifeln an der eigenen Handlungsmacht entgegenwirken – und auf diese Weise Hoffnung auf eine bessere Welt stiften. Veganer*innen wie Theresa finden via Instagram den notwendigen Rückenwind, um immer wieder für eine vegane Welt einzutreten. Womöglich liegt hierin eine spezifische Qualität, die sozialen Medien bis dato meist abgesprochen wird. Plattformen wie Instagram gelten vielen als Scheinwelten voller Banalitäten und Narzissmus (vgl. Fröhlich 2018, 137). Selbstwertgefühle schrumpften im Angesicht ‚des perfekten Anderen‘ oder durch Fluten an negativen Kommentaren zusammen (vgl. Chou & Edge 2012). Die Interviewten hingegen erleben die Plattform mithin gegenteilig: In ihren Erzählungen erscheint Instagram als erbauende oder gar selbstermächtigende Instanz.

⁷⁸ Bezogen auf das kontrovers diskutierte gesellschaftliche Reizthema Veganismus könnten auch solche Forschungsfragen die Perspektive erweitern, die sich nicht nur den Veganer*innen zuwenden, sondern den Fokus auf die Argumentationsweisen der Kritiker*innen richten: Basiert die Kritik eher auf rationalen Schlüssen oder auf emotionalen Bewertungen? Auf welche Diskurse wird dabei Bezug genommen? Anhand welcher Kriterien wird ein veganer Lebensstil kritisiert?

6.2.6 Instagram als technologische Vermittlungsinstanz

Aus den geführten Interviews ergibt sich, dass sich im sozialen Nahumfeld der Befragten zu Beginn ihres Veganseins meist nur wenige bis gar keine anderen vegan Lebenden befanden. Gezielt nutzen die Befragten die Möglichkeiten des Internets, um sich „dem diskursiven Regime ihrer begrenzten real-life Gemeinschaft [zu] entziehen“ (Folger 2008, 291). Via Instagram begeben sie sich auf die Suche nach anderen Veganer*innen.

Anhand der Fallbeispiele deutet sich weiterhin an, dass parallel zu der Knüpfung neuer sozialer Verbindungen sogar eine Abkehr von bestehenden Freundschaften forciert wird (in der Regel zu Nicht-Veganer*innen). Der virtuelle Raum wird also nicht hauptsächlich zur Pflege bereits geknüpfter sozialer Kontakte genutzt (vgl. Schönberger 2006, 630), sondern auch bewusst für den Aufbau neuer Freundschaften verwendet.

Die eher an Ähnlichkeiten ausgerichteten Algorithmen Instagrams unterstützen diese Suchbewegungen. Die Kombination aus der technologischen Infrastruktur und dem gemeinsamen Zeichenrepertoire aus Essensbildern, Vegan-Hashtags sowie Beschreibungen wie ‚Vegan-Foodie‘ ermöglicht die Knüpfung sozialer Verbindungen über geografische Distanzen hinweg. Welcher Wert diesen neuen Sozialbeziehungen beigemessen wird, verdeutlicht die im Feld mehrfach vorgefundene Bezeichnung als ‚Seelenverwandte‘.

Bemerkenswert ist weiterhin, dass bei diesen Suchbewegungen schon das reine Interesse am Veganismus reicht, um einen Vertrauensvorschuss gewährt zu bekommen. Verbindend scheint dabei die Vorstellung zu wirken, dass alle, die sich für eine vegane Lebensweise entscheiden oder sich zumindest interessiert daran zeigen, eine große Schnittmenge hinsichtlich ihrer Interessen und Wertvorstellungen haben – eine bedeutende Voraussetzung für enge Sozialbeziehungen.

6.2.7 Gemeinschaftsgefühle und -praktiken

Durch Instagram als technologische Vermittlungsinstanz, das gegenseitige Kommentieren und Liken wird die *vegane Communitas* erfahrbar und über die Grenzen des analogen Raums hinweg global sichtbar. Via Instagram können die Porträtierten trotz räumlicher Distanz mit anderen Veganer*innen (oder mit dem Veganismus ‚liebäugelnden‘ Interessierten) gemeinschaftlich Emotionen erleben und teilen. Die im virtuellen Raum verbalisierten Gemeinsamkeiten im Akt des Fühlens, wie beispielsweise dem intensiven Mitgefühl mit Tieren, stärken das Zusammengehörigkeitsgefühl der Veganer*innen. Die im virtuellen Raum entstandenen „Wir-Gefühle“ (Bareither 2019b, 37) wiederum ermöglichen eine darauf aufbauende kollektive Identität. Es entsteht ein Gefühl einer „Gemeinschaft Gleicher“ (Turner 1998, 252).

Neben diesem technisch vermittelten kollektiven Fühlen scheint auch dem gemeinsamen Essen eine besondere Bedeutung zuzukommen. Allerdings gilt nicht das gemeinsame Essen an sich, also im selben physischen Raum, als essenziell, sondern die gemeinsamen Erlebnisse des Essens werden in den virtuellen Raum verlagert: Dadurch werden entzeitlichte und entörtlichte gemeinsame Esserlebnisse möglich, die im Einzelfall einen wichtigen Beitrag zur Verfestigung der virtuell geknüpften Sozialbeziehungen leisten. Gleichwohl entfaltet sich in den Fallbeispielen auch der Wunsch, die online gewachsenen sozialen Beziehungen an das analoge Leben zurückzubinden. Für Rebecca beispielsweise fungiert das Veganein als Aufhänger, um auch in der analogen Welt gemeinsam Zeit zu verbringen.

Ein hieran anschließendes Deutungsangebot ist, dass die im virtuellen Raum gewachsenen Gemeinschaftsgefühle auch für die Fortführung der veganen Lebensführung von Bedeutung sind, da sich die Veganer*innen in ihrem Lebensstil gegenseitig bestätigen können, während es ihnen an positiver Resonanz in ihrem analogen Alltag fehlt.

6.2.8 Selbstvermarktung und Sichtbarkeitswettbewerbe

Wie bereits angesprochen eint die Befragten der Wunsch, anderen Menschen den Veganismus näherbringen zu wollen – um damit eine Weltverbesserung voranzutreiben, aber auch aufgrund der am eigenen Leib erlebten positiven gesundheitlichen Auswirkungen. So zeigt sich innerhalb der Fallbeispiele mehrmals die glückverheißende Vorstellung, die vegane Lebensweise zur Erwerbsgrundlage auszubauen und mit der eigenen Leidenschaft Geld zu verdienen – vorbildliche Ethik und Profitstreben gehen hier eine Allianz ein. Ob als Influencer*in oder Ernährungsberater*in – der Internetplattform wird eine essenzielle Rolle für den Aufbau einer solchen Selbstständigkeit beigemessen. Via Instagram scheint es möglich, sich den potenziellen Kund*innen als eine vertrauenswürdige Person zu präsentieren. Die Anzahl der Follower*innen und Likes dienen dabei als eine Art Qualitätssiegel für die beworbene Dienstleistung. Diesem Verständnis der Befragten folgend, ist Instagram eine Instanz, die eine Selbstständigkeit im ‚Traumberufsfeld‘ erst ermöglicht.

Allerdings bringt die scheinbar kostenlose Werbeplattform Instagram immaterielle Kosten für die Befragten mit sich: Zeit und mentale Kraft. Da die vor allem in Zahlen gemessene Anerkennung – konkret, die Anzahl der Follower*innen – nicht einfach bestehen bleibt, muss die Aufmerksamkeit regelmäßig reproduziert werden. Wie alle ‚Netzprominenten‘ sind auch die Porträtierten auf „das Publikum und dessen Rückmeldung angewiesen“ (Detel 2017, 256). Die Auseinandersetzung mit einem „permanenten Ausscheidungswettbewerb“ (Bröckling 2012, 147) auf der von Wettbewerbs- und Konkurrenzlogiken (vgl. Tauschek 2019, 87) durchzogenen

Plattform Instagram zerrt immer wieder an den Nerven der Befragten. Die damit einhergehende Last des „kreativen Imperativ[s]“ (Reichert 2008a, 14) sowie der Druck, das Netzwerk stets zu pflegen und zu erweitern, wiegen mal mehr und mal weniger schwer auf den Schultern meiner Gesprächspartner*innen.

Trotz dieses ‚Performance-Drucks‘ kommt eine Abmeldung für die Befragten nicht infrage – wobei der Fall Hanna hierfür ein Gegenbeispiel liefert, da ihr Profil während der Forschungsphase zum Erliegen kommt. Doch insbesondere, wenn via Instagram ein Teil der Lebenshaltungskosten gedeckt wird, erscheint die aktive Nutzung von Instagram in den Erzählungen der Interviewpartner*innen als zwingende Komponente ihrer Selbstständigkeit. Im Spannungsfeld der unterschiedlichen Fallbeispiele und auch innerhalb einzelner Fälle offenbart sich hier eine Ambivalenz: Instagram wird als Chance begriffen, deren Ergreifen allerdings nicht wirklich optional, sondern vielmehr notwendig ist und einen hohen zeitlichen sowie mentalen Preis fordert.

6.3 Beweggründe für eine vegane Lebensweise

Anhand der Fallbeispiele zeigten sich die bereits aus anderen Studien (vgl. Fritzen 2016; Grube 2009) bekannten Beweggründe für eine vegane Lebensweise: von Gründen des Tier- und Klimaschutzes über gesundheitliche bis zu ökonomischen Gründen. Damit schließen die Porträtierten an den um den Veganismus historisch gewachsenen gesellschaftspolitischen Diskurs an, innerhalb dessen die ‚artegoistische‘ Haltung des Menschen gegenüber anderen Spezies oder gar der gesamten Umwelt abgelehnt wird.

In diesem Kapitel stehen vor allem jene Beweggründe im Vordergrund, denen andere Autor*innen qualitativer Studien meines Erachtens wenig oder gar keinen Raum einräumen. Freilich können auch über die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit hinaus weitere Beweggründe ausgemacht werden – eine detaillierte Analyse von YouTube-Videos von Veganer*innen wäre hierfür vermutlich eine ertragreiche medienethnografische Herangehensweise.

Es sei zudem angemerkt, dass die Motivationslage bei jeder einzelnen Person hochgradig individuell ist und selbstverständlich im Zusammenhang mit ihrer biografischen Entwicklung steht, also einem Wandel unterliegt. Die hier zu präsentierenden Ergebnisse sind als eine Momentaufnahme zu verstehen und sollen nicht als ein Bild einer homogenen und statischen Gruppe missverstanden werden. Die Gruppe der Veganer*innen und die Motivation der Einzelnen ist äußerst heterogen, jedes Individuum präferiert zu einem bestimmten Zeitpunkt andere

Argumente. Gleichwohl lässt der gemeinsame gesellschaftshistorische und zeitgenössische Kontext eine Schnittmenge an gemeinsamen Beweggründen ersehen.

6.3.1 Selbstverantwortung und ‚Wellnessmanagement‘

Ein alle Einzelfälle umspannender Antrieb für eine vegane Lebensweise ist das *Gefühl der Selbstverantwortung*: das Empfinden, für sich selbst, für das eigene physische und psychische Wohlergehen Verantwortung übernehmen zu müssen. Das Wort ‚müssen‘ ist hier bewusst gewählt, da sich innerhalb der Fallbeispiele abzeichnet, dass die Interviewpartner*innen die seitens des Staates und der Gesellschaft an sie herangetragene *Gesundheitsverantwortung* (vgl. Kickbusch & Maag 2006) verinnerlicht haben. Aus der Perspektive der Befragten ist ein veganes Leben eine Strategie, um dieser Anforderung nicht ohnmächtig oder überfordert gegenüberzustehen. Veganein ist aus diesem Blickwinkel eine erfolgsverheißende Praktik gesundheitlichen Selbstmanagements – oder sogar eine Technik des gesundheitsfördernden Empowerments. Das Regelwerk ihres Veganismus leitet die Interviewten durch die Supermarktregale und Restaurantspeisekarten, vorbei an all den ungesunden Verlockungen, aber auch hin zu einem moralisch leichteren Gewissen.

Im Veganismus finden die Porträtierten also nicht mehr nur eine gesundheitsverheißende Strategie wie zu Zeiten der Lebensreformbewegung (vgl. Wedemeyer-Kolwe 2017, 45), sondern eine umfassende Strategie des ‚Wellnessmanagements‘ im Sinne eines umfassenden ‚Well-beings‘. Denn sie fördern nicht bloß ihre eigene Gesundheit, sondern tun der gesamten Umwelt etwas Gutes.

6.3.2 Risikoreduzierung

Anhand des Gesundheitsaspekts wird noch ein weiterer Punkt deutlich: Die Porträtierten sind in eine Kultur eingebunden, in der nicht mehr nur Fleisch als „potenziell ungesund und gefährlich“ (Winterberg 2020, 332) gilt, sondern sämtliche tierische Bestandteile und Inhaltsstoffe wie beispielsweise Milch und Eier von einer nebensächlichen Ingredienz zu einem gesundheitsgefährdenden Problemfall erklärt werden. Insbesondere im Zusammenhang mit Krebs- und Herz-Kreislauf-Erkrankungen erscheinen Produkte tierischer Herkunft als potenzielle Gefahr. Diese Last wiederum scheint die positive Aufladung von Lebensmitteln wie Tofu und anderen als Ersatz geltenden Produkten zu begünstigen, die ein gesünderes Leben in Aussicht stellen. Vegane Produkte erscheinen daher in den analysierten Erzählungen als eine Art „Sicherheitsprodukt“ (Tolksdorf 2001, 245). Gleichzeitig schimmert in Fällen wie Vincent die Einstellung

durch: Wer die Option einer veganen Ernährung bewusst ausschlägt, dessen kränklicher Zustand ist selbstverschuldet.

Allerdings betrachten die Porträtierten eine vegane Lebensweise, vor allem eine vegane Kost, nicht als Gesundheitsgarant: Auf den Profilen und innerhalb der Interviews verweisen die Gesprächspartner*innen immer wieder darauf, dass bei einer veganen Ernährung auf Ausgewogenheit und Balance geachtet werden müsse, sonst könne auch eine pflanzliche Versorgung ungesund sein.

6.3.3 Weltverantwortung

Das empirische Material belegt, wie wirkmächtig Individuen im Hinblick auf das Wohl der Welt vonseiten der Porträtierten wahrgenommen werden. Aus dieser Macht wiederum leiten die Befragten eine große individuelle Verantwortung ab, die hier als *Weltverantwortung* zu verstehen ist. Aus der Perspektive der Befragten müsse jede*jeder Einzelne sich seiner Handlungs- und Wirkmacht (Agency) bewusst sein und Verantwortung für das eigene Handeln übernehmen: für sich selbst und im Hinblick auf die gesamte Umwelt. Dieses Gefühl der allumfassenden Verantwortlichkeit erweist sich innerhalb der Fallbeispiele als ein starker Antrieb für ein veganes Leben. Vegan zu leben, bedeutet für die Befragten, sich zu einem Menschen zu entwickeln, der sich von egoistischen Menschen deutlich unterscheidet und Verantwortung für das „zivilisatorische Schicksal“ (Beck 2007, 302) übernimmt.

Entsprungen scheint dieses Gefühl der Weltverantwortung jedoch nicht nur dem Glauben an die eigene Wirkmächtigkeit. Das Gefühl Weltverantwortung übernehmen zu *müssen*, fußt auch darauf, dass sich die Befragten auf sich selbst zurückgeworfen sehen, da politische Entscheidungsträger*innen geringgeschätzt und für tendenziell verantwortungslos und inkompetent gehalten werden. Das Vertrauen in diejenigen, denen formal die Verantwortung für die gesellschaftliche Regelsetzung zukommt, scheint nachhaltig erschüttert.

Besonders Therasas Fallbeispiel zeigt deutlich, wie belastend das Gefühl der Weltverantwortung auf Einzelne wirken kann, insbesondere in Kombination mit einem Vertrauensverlust in politische Eliten – dann lastet die Verantwortung auf den Schultern des Einzelnen besonders schwer. Eine Erleichterung dieser Last finden die Porträtierten im Veganismus. Im Sinnuniversum der Porträtierten fungiert der Veganismus nämlich als hilfreiche alltägliche Handlungsschablone, um möglichst (welt-)verantwortungsbewusst zu leben.

6.3.4 Von der Selbst- zur Weltverantwortung

Wie oben bereits thematisiert, zeigt sich mit erweitertem Blick auf alle Fallbeispiele, dass sich alle Befragten früher oder später auch dadurch motiviert fühlen, dass der Veganismus in ihren Augen eine Möglichkeit darstellt, Weltverantwortung zu übernehmen. Bemerkenswert hieran ist, dass dies selbst dann zutrifft, wenn die Entscheidung für eine vegane Lebensweise oder Ernährung zu Beginn aus primär gesundheitlichen, also Selbstsorge-Motiven, getroffen wurde. Hinsichtlich der – zumindest in Teilen – diskursiven Rahmung des Veganismus als eine primär egoistisch motivierte Lebensweise, wenn sie um der eigenen Gesundheit willen praktiziert wird, offerieren die Fallbeispiele eine andere Perspektive. Selbst eine ursprünglich durch Selbstsorge motivierte vegane Ernährungsweise kann sich durch die erlebten positiven Erfahrungen in eine uneigennützigke Lebensweise wandeln. Das Ziel der Weltverbesserung kann, wie es sich am Fallbeispiel Hanna besonders deutlich zeigt, an erste Stelle rücken – so fand Hanna zunächst aus gesundheitlichen Gründen einen Einstieg in die vegane Ernährung, doch diese Motivation wandelt sich über mehrere Jahre in eine primär ‚ethische Motivation‘, in ein Gefühl, mit einer veganen Lebensweise moralisch richtig zu handeln – diese Gefühl motiviert sie ihr vegane Lebensweise beizubehalten, obwohl sich ihre gesundheitlichen Probleme gelöst haben.

Das Motiv der Weltverantwortung beweist sich aber nicht nur an der Beibehaltung der veganen Lebensweise, sondern auch daran, dass die Befragten bereit sind, weitere ‚einschränkende‘ Änderungen in ihrem Alltag umzusetzen. Die eigenen positiven Erfahrungen mit einer gesellschaftlich eher negativ konnotierten Verzichtspraktik lässt die Porträtierten weiteren Umstellungen und Verzichtspraktiken in ihrem Alltag offen gegenüberstehen. Das subjektiv erleichterte Gewissen und das Erleben der eigenen Wirkmächtigkeit scheinen die Porträtierten langfristig zu motivieren, weitere Verhaltensänderungen im Alltag umzusetzen. Ob dies bedeutet, auf ein eigenes Auto zu verzichten oder Alltagsroutinen zu überdenken und beispielsweise vermehrt saisonal einzukaufen.

6.3.5 Boykott als wirksamer Antagonismus

Die immense Bedeutung des Veganeins für die Porträtierten lässt sich damit erklären, dass der Boykott tierischer Produkte als kommunikatives Zeichen und wirksamer Antagonismus (vgl. Heimerdinger 2013b, 11) gegen Tier- und Weltausbeutung gedeutet wird. Innerhalb der Erzählungen eröffnet sich somit ein ganzes „Utopiearsenal einer besseren Welt“ (Spiekermann 2004, 18). Mit ihrer veganen Lebensweise (und mit ihrem Sendungsbewusstsein auf Instagram) kämpfen die Underdogs als einfache Konsument*innen gegen die speziesistische und anthropozentrische Haltung der Menschheit. Ein leitendes Narrativ ist hierbei vor allem das Eintreten

für die Schwächeren – vor allem für die Tiere, die Opfer ungerechtfertigter Gewalt werden und nicht selbst für ihre Rechte eintreten können.

Treibende Kraft ist also der dem Feld innewohnende Glaubenssatz, dass der bewusste Boykott tierischer Produkte ein gesellschaftlich wirksames, kommunikatives Zeichen sei und von immenser Bedeutung, um Großkonzerne und Politiker*innen ‚von unten‘ zu Änderungen zu bewegen und einen gesellschaftlichen Wandel zu forcieren. Aus dieser Perspektive betrachtet, werden die alltäglichen Konsumententscheidungen der Verbraucher*innen zu einem essenziellen Baustein oder gar zur einzigen Möglichkeit. Je mehr vegane Produkte gekauft und Tierprodukte boykottiert würden, desto eher trügen Konsument*innen zu einer Veränderung des hegemonialen Diskurses um den Konsum tierischer Erzeugnisse bei. Entgegen wirtschaftspsychologischen und marktsoziologischen Relativierungen (vgl. Heidbrink & Schmidt 2011, 26) sehen die Veganer*innen in ihrem moralischen Konsum eine wirkmächtige „politische Praxis“ (Lemke 2012, 258). Damit folgen sie dem Narrativ, dass mit bewussten Kaufentscheidungen ein Umsteuern von Unternehmen sehr wohl möglich sei (vgl. Busse 2006; Häußler 2011, 119). Der Blick auf das steigende Angebot an veganen Produkten, ob im Supermarktregal oder im Restaurant (vgl. Statista 2022a), bestätigt dies zu Teilen. Auch der Blick in die Geschichte gesellschaftlicher Transformationsprozesse kann diese Sichtweise ein Stück weit bestätigen. So wurden gesellschaftliche Veränderungsprozesse häufig von der Zivilgesellschaft angeschoben (vgl. Schneidewind 2018, 26; 301).

6.3.6 Abgrenzung und Zugehörigkeit

Die Auswertung der Fallbeispiele deutet noch auf einen weiteren Aspekt hin: Die soziale Positionierung. Wie in vorherigen Kapiteln bereits thematisiert, kann durch die Wahl oder den Ausschluss bestimmter Lebensmittel sowohl eine Zugehörigkeit zu einer konkreten Gruppe als auch eine Abgrenzung von bestimmten Gruppen (oder der Mehrheit der Gesellschaft) kommuniziert werden (vgl. Barlösius 2016, 77; Trummer 2015, 73). Der mit einer veganen Lebensweise einhergehende Sonderstatus – Vegane sein ist zwar in aller Munde, wird jedoch nur von einem geringen Prozentsatz der Bevölkerung konsequent ausgeübt – kann also das Bedürfnis, von anderen als anders oder gar besonders wahrgenommen zu werden, erfüllen. Dazu kommt, dass der vegane Lebensstil insbesondere nach Meinung seiner Befürworter*innen mit dem Versprechen einhergeht, sowohl hinsichtlich des Tierwohls und der Umwelt als auch im Hinblick auf die menschliche Gesundheit die ‚bessere Wahl‘ zu sein. Diese Argumentationsstruktur ist im gegenwärtigen Diskurs um den Veganismus fest verankert, was die Abgrenzung von ‚Besser-Esser*innen‘ und Nicht-Veganer*innen begründet.

Inwieweit dieser Sonderstatus bei der Entscheidung für eine vegane Lebensweise oder deren Beibehaltung eine Rolle spielt, lässt sich anhand des vorliegenden empirischen Materials nur schwerlich beantworten, da kein objektiver Blick auf die ‚tatsächlichen‘ Beweggründe eines Menschen möglich ist. Anhand der biografischen Einblicke lässt sich allerdings festhalten, dass sich in den Erzählungen eher das Motiv eines Dazugehören-Wollens abzeichnet. So gilt die Suche nach Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe oder die Suche nach ‚Seelenverwandten‘ für Personen wie Rebecca oder Robert mithin als Einstiegsanreiz. Die vor allem via Instagram geknüpften Freundschaften zu anderen Veganer*innen erleben die Befragten als besonders erfüllend, da sie auf einem gemeinsamen Wertekodex basieren und die Schnittmenge an gemeinsamen Interessen meist hoch scheint.

Für das Motiv des Abgrenzen-Wollens könnte die permanente Zurschaustellung via Instagram angeführt werden. Die öffentliche Nachzeichnung der individuellen Entwicklung vom ‚gesellschaftlich durchschnittlichen Essverhalten‘ zu einem veganen Essverhalten verortet die Profilinghabenden bewusst abseits des ‚Normalen‘. Damit würde aber die von den Porträtierten verbalisierte Motivation unterschlagen, via Instagram vor allem andere Menschen zur Reflexion ihres alltäglichen Handelns bewegen zu wollen. Die Abgrenzung wäre aus dieser Perspektive eher ein Mittel zum Zweck, um eine gesellschaftliche Verbesserung voranzutreiben.

Letztlich ist in der Diskussion um ‚Sinnfluencer*innen‘ und Veganer*innen aber nicht ausschlaggebend, welches Motiv das gewichtigere ist. Vielmehr geht es darum, die Komplexität der Beweggründe für eine vegane Lebensweise offenzulegen.

6.4 Motive zur Beibehaltung der veganen Lebensweise

6.4.1 Hilfreiche Alltagsschablone

Die Fallbeispiele demonstrieren, dass die alltäglichen Handlungsanweisungen, die aus der Entscheidung für eine vegane Lebensweise hervorgehen, selten als lästig, sondern vielmehr als hilfreich empfunden werden. Ob nun als Sicherheits- oder Entlastungspraktik: sämtliche als risikoträchtig wahrgenommenen tierischen Produkte entfallen. Somit wird die geringere Auswahl in den Supermarktregalen oder auf Restaurantspeisekarten nicht als Mangel erlebt, sondern als Hilfe zur Eingrenzung der potenziell überfordernden Auswahlmöglichkeiten.

Aus der Perspektive der Interviewten erscheint die vegane Ernährung weiterhin als hilfreiche Stütze der eigenen Gesundheit – psychisch wie physisch. Nicht nur bei Krankheiten, sondern auch bei der Bewältigung existenzieller Krisen oder beruflicher Neuorientierung erleben sie ihren Veganismus als hilfreich. Das Gefühl, täglich etwas Gutes und Richtiges zu tun, scheint

die Porträtierten in ihrer Alltagsbewältigung mental zu stützen. Der Verzicht erscheint in den Erzählungen der Befragten daher nicht als Einschränkung, sondern als hilfreiche oder gar befreiende Richtlinie.

6.4.2 Lustvolle Einschränkung und Wohlfühlerfahrungen

Auch im Alltag scheint die vegane Lebensweise für die Befragten nicht mit einem verminderten Gefühl an Freiheit oder mit einer Verringerung ihres Genusserlebens einherzugehen. Der „genussfeindlich konnotierte Begriff des Verzichts“ (Häußler 2011, 109), der mit der veganen Ernährungsweise einhergeht und der in der Umweltbewegung der 1980er-Jahre noch als Leitmotiv diente, wird von den Porträtierten vermieden. Mit ihren Instagram-Beiträgen widerlegen sie quasi täglich, dass eine vegane Lebensweise ‚genusslos‘ sein soll. Die zahlreichen ‚Foodporn‘-Aufnahmen, die mit einer der Sexualität entlehnten Bildsprache den Genuss visuell inszenieren, wirken hier als ‚eindeutiger‘ Beweis. Sind die richtigen Kochpraktiken erlernt, scheint gerade der Genussmoment dem Veganismus inhärent. Verzichtsmomente finden sich in den Erzählungen – wenn überhaupt – äußerst selten.

So wird eine vegane Lebensweise in den analysierten Erzählungen zu einer Praktik, die sowohl zu einem gesunden als auch zu einem genussvollen Leben führt – ergo zu einer Wellnesspraktik, durch die „psychophysisches“ Wohlbefinden zu einem „erreichbaren Ziel“ (Greco 2004, 296) wird.

6.5 Selbstverständnis

6.5.1 ‚Sinnfluencer*innen‘?

Anhand des analysierten Materials wird deutlich, dass die Befragten ihren Veganismus als ausgesprochen sinnstiftend erleben. Diese Wirkung lässt sich damit begründen, dass die Porträtierten den Boykott tierischer Produkte aus vielerlei Gründen als moralisch geboten und als konsequente Entscheidung wahrnehmen – oben subsumiert unter dem Begriff der *Weltverantwortung*. Durch individuellen Veganismus könne, so die Sichtweise meiner Interviewpartner*innen, zumindest ein Stück weit eine *Weltverbesserung* herbeigeführt werden – und zwar aus eigener Kraft.

Daher wird auch die Verbreitung der veganen Lebensweise über Instagram – oder über Aktivismus auf der Straße – als sinnhaft erlebt. Motiviert wird dies durch den Glauben, dass man sich einer besseren Welt umso mehr annähern könne, desto mehr Menschen vegan leben

würden. Der dem Feld entsprungene Begriff der ‚Sinnfluencer*innen‘ versinnbildlicht diese Selbstwahrnehmung.

6.5.2 Überlegenheitsgefühle und ‚Besseresser*innen‘?

Mit dieser Selbstwahrnehmung als ‚Sinnfluencer*in‘ geht das Gefühl einer Wissensüberlegenheit gegenüber unerfahrenen Veganer*innen und vor allem Nicht-Veganer*innen einher. In den Fallbeispielen zeigt sich die Selbstwahrnehmung, andere via Instagram ‚wachzurütteln‘ und den Anstoß dazu zu geben, vorhandene Denkmuster und Wissensbestände zu hinterfragen. Hierfür wird das auf den Profilen geteilte (Erfahrungs-)Wissen als eine Art Insiderwissen inszeniert, das Interessierten via Instagram vermittelt wird.

Hinsichtlich des Gefühls der Wissensüberlegenheit ist anzumerken, dass sie im Alltag tatsächlich informierter scheinen als manche*r Nicht-Veganer*in, etwa wenn es darum geht, welche Lebensmittel wertvolle Mineralien und Spurenelemente für den menschlichen Organismus liefern. Dieses asymmetrische Verhältnis ergibt sich daraus, dass sich die Befragten besonders intensiv damit auseinandersetzen, was für eine vegane Lebensweise spricht. Die dadurch generierte überdurchschnittliche Informiertheit führt zu einer Art Überlegenheitsgefühl im Gespräch mit Nicht-Veganer*innen, die wiederum der Flut an (neuen) Informationen meist nicht viel entgegenzusetzen haben, so zumindest der Eindruck meiner Interviewpartner*innen. Ob das häufig damit verknüpfte Bestreben, das Gegenüber zu überzeugen, von Erfolg gekrönt ist, bleibt unklar. Allerdings versiegen nach der Erfahrung meiner Gesprächspartner*innen in der Regel die kritischen Nachfragen – ob zu den gesundheitlichen Auswirkungen oder zu grundlegenden tierethischen Aspekten. Somit wäre zumindest ein Ziel erreicht, nämlich das Verstummen der kritisch Nachfragenden (online scheinen kritische Rückfragen ohnehin eher selten).

Allerdings offenbart das Fallbeispiel Vincent, dass die Argumente für eine vegane Lebensweise auch schwammig oder gar an gegenwärtigen wissenschaftlichen Erkenntnissen ‚vorbeigebogen‘ sein können. Vor allem beim Fall Vincent fehlt es oft an einer schlüssigen Begründung, dass eine vegane Lebensweise immer ‚die bessere Entscheidung‘ ist. Für die Befragten steht es dennoch fest, dass eine vegane Lebensführung – sowohl für die gesamte Umwelt als auch für den eigenen Organismus die beste Option ist.

Somit gehen die Veganer*innen aus ihren Selbsterzählungen als souveräne Personen hervor, die den inhärenten Speziesismus der Gesellschaft erfolgreich dekonstruiert und überwunden und eine moralisch wertvolle Reflexions- und Handlungsebene erreicht haben. Veganein wird so zu einem Akt der Stärke und Selbstbestimmtheit.

6.6 Weltverständnis

6.6.1 Vegane sein als Alltag

Die Fallbeispiele machen deutlich, dass der Veganismus für die Befragten innerhalb ihres Alltags nicht mehr als Belastung wahrgenommen wird. Vegan einzukaufen und rein pflanzliches Essen zuzubereiten oder im Restaurant vegane Varianten zu bestellen, wird nicht etwa als lästig empfunden, sondern als Normalität. Das Fallbeispiel Theresa illustriert, wie sich beispielsweise Routinen beim Einkauf verändern können – Regale im Supermarkt, in denen hauptsächlich tierische Produkte angeboten werden, steuert Theresa wie selbstverständlich nicht mehr an. Allerdings geschieht das unbewusst – Therasas Wahrnehmung hat sich verschoben, vegan einzukaufen ist alltägliche Handlung geworden. Auch für andere Interviewpartner*innen gilt, dass sich der Ausschluss tierischer Produkte mit der Zeit immer ‚normaler‘ anfühlt – genauso wie für die Mehrheit der Bevölkerung der Konsum tierischer Lebensmittel ‚normal‘ ist. Hieran zeigt sich: Der Mensch ist kein unverbesserliches ‚geschmackskonservatives Gewohnheitstier‘ (vgl. Tolksdorf 2001, 247). Sobald Änderungen des alltäglichen Denks und Handelns habitualisiert sind und zur Normalität geworden sind, muss sich eine ‚Einschränkung‘ nicht mehr wie ein Einschnitt in die persönliche Freiheit anfühlen – Vegane sein ist dann Alltag.

Einher geht mit dieser Veralltäglicung eine weitere Verschiebung der Wahrnehmung: Die Porträtierten sehen den gesellschaftlich als ‚normal‘ gerahmten Verzehr tierischer Lebensmittel nämlich nicht mehr als normal, sondern als abnormal oder als ‚Perversion‘ an. Aus Sicht meiner Interviewpartner*innen ist die Entscheidung für ein veganes Leben eine logische und notwendige Konsequenz, wenn man den Speziesismus erst einmal erkannt habe. Ihr früheres eigenes Handeln erscheint ihnen in der Retrospektive inkonsequent oder ignorant.

6.6.2 Umgang mit Nicht-Veganer*innen

Nun ließe sich aus der soeben beschriebenen Perspektive die Denkweise ableiten, dass das eigene nicht-vegane Selbst aus der Vergangenheit kritisch beäugt und Nicht-Veganer*innen allgemein abschätzig begegnet wird. Die Fallbeispiele belegen jedoch eher eine Haltung des ethischen Meliorismus (vgl. Wolf 2011) – kleine Schritte in Richtung weniger Tierleid seien besser als nichts, nicht jede*r müsse sofort vegan werden.

Im Umgang mit Nicht-Veganer*innen offenbarte sich weiterhin, dass die Interviewten gelernt haben, der gesellschaftlichen Erwartungshaltung, „dass der Vegetarier [und noch mehr die Veganer] mit seiner Lebensweise nicht hinter dem Berg hält“ (Klotter 2016, 10), zuwiderzuhandeln. Die vor allem im analogen Alltag gesammelten Erfahrungen mit Nicht-Vegan-

er*innen, die häufig zu unangenehmen sozialen Situationen führen, haben die Befragten gelehrt, erst einmal vorsichtig die Einstellung der jeweiligen Gesprächspartner*innen gegenüber dem Veganismus auszuloten. Überzeugungsversuche werden im analogen Raum in der Regel nur gezielt oder im Anschluss an entsprechende Nachfragen eingeleitet; hier ist die Hoffnung auf eine Überzeugung des Gegenübers am größten.

Weiterhin kristallisieren sich Strategien in der Wortwahl heraus. Die Interviewpartnerin Lea verwendet beispielsweise vorwiegend den Begriff ‚pflanzenbasiert‘, da er ihr in der Kommunikation mit Nicht-Veganer*innen weniger problematisch erscheint als die Bezeichnung ‚vegan‘. Nach Leas Erfahrungen als Ernährungsberaterin besitzt dieser Begriff weniger Reizpotenzial. Ein ähnliches Beispiel für die bewusste und eher defensive Wortwahl ist, dass die Porträtierten den negativ konnotierten Begriff des ‚Missionierens‘ prinzipiell von sich weisen und durch den Begriff des ‚Inspirierens‘ ersetzen. Auch werden im analogen Raum Diskussionen eher defensiv und zurückhaltend geführt. Instagram hingegen bietet den nötigen Schutzraum, um bewusst provokante Beiträge zu veröffentlichen, da diese auf ein bereits interessiertes Publikum treffen.

Als wirkmächtigste Überzeugungsstrategie erscheint das Inaussichtstellen einer gesundheitlichen Verbesserung; tierethische Diskussionen werden tendenziell als weniger erfolgreich wahrgenommen (das Fallbeispiel Hanna eröffnet hierzu eine gegenläufige Perspektive). In den Erzählungen der Befragten zeichnet sich wiederum eine Wahrnehmungsweise des Menschen als (art-)egoistisches Lebewesen ab. Diese Einschätzung basiert nicht nur auf der Wahrnehmung des Verhaltens anderer, sondern auch auf der biografischen Erfahrung und dem eigenen (meist zunächst durch die Selbstsorge motivierten) Weg in die vegane Lebensweise.

7 Schluss

7.1 Abschließende Gedanken I: Ein resonantes Leben?

Versteht man die Fallanalysen als Indikatoren für das, „was eine spezifische Gruppierung umtreibt“ (Frizzoni 2020, 11), dann belegt das empirische Material ein besonderes Potenzial, das die Entscheidung für eine vegane Ernährung oder einen allumfassenden veganen Lebensstil eröffnen kann. Für die Porträtierten konstituiert der Veganismus einen universellen Handlungsrahmen, der es ihnen individuell ermöglicht, ‚ein gutes Leben‘ zu führen. Für dieses gute Leben sind sie – so eine weitere, alle Fallbeispiele durchziehende Erkenntnis – vollkommen selbst verantwortlich. Ob die Innen- oder Außenwelt betreffend, die Befragten sehen sich auf sich selbst zurückgeworfen, wenn es um die Erhaltung ihrer eigenen mentalen wie körperlichen Gesundheit geht oder darum, die Auswirkungen ihres alltäglichen Handelns zu überblicken. Zugleich offenbaren alle Fallbeispiele die Überzeugung, dass gesellschaftliche Änderungen im Zeitalter des Anthropozäns notwendig und möglich sind – auch hier gilt es aus ihrer Sicht Verantwortung zu übernehmen.

Der ernüchterte Blick auf die politischen Eliten, die wider besseres Wissen hinsichtlich Tierschutzes, Klimaschutzes etc. untätig bleiben, veranlasst sie, selbst tätig zu werden. Besonders bemerkenswert hierbei ist: Diese sogenannte ‚Veränderung von unten‘ erscheint den Befragten als einzige Möglichkeit zur *Weltverbesserung*. Zugleich manifestiert sich dadurch in den Köpfen der Porträtierten die Verantwortungsübernahme mithin als eine Art Pflicht. Im Veganismus wiederum finden sie eine allumfassende Lösungsstrategie, um dieser Pflicht nachzukommen. Ihr Veganein gibt ihnen das Gefühl, nicht mehr ohnmächtig mit den Problemen des Anthropozäns umgehen zu müssen, sondern aktiv dagegen vorgehen zu können. Sie üben Verzicht und verabschieden sich von lieb gewonnenen Gewohnheiten, damit andere – ob Tiere oder nachfolgende Generationen – nicht leiden müssen.

Aus der veganen Lebensweise erwächst also ein Gefühl der eigenen Wirkmächtigkeit. Im Erkennen und Ausfüllen dieser Wirkmächtigkeit erfahren die Befragten wiederum ein Gefühl der Sinnhaftigkeit: Der Veganismus bietet ihnen eine Handlungsschablone, die ihre Agency untermauert und damit der eigenen Existenz Sinn und Bedeutung verleiht. Dies motiviert sie, ihr Handeln weiterhin an den Werten und Normen des Veganismus auszurichten – und darüber hinaus auch in anderen Lebensbereichen verantwortungsbewusster zu handeln.

Das Sinn-Empfinden scheint innerhalb des veganen Lebensstils auch deshalb zu entstehen, da im Sinnuniversum des Veganismus eine Art ‚Reidentifikation‘ mit der gesamten Umwelt stattfindet. Aus dieser Perspektive erscheint der Veganismus als eine Art ‚Gegenmittel‘ gegen das von Hartmut Rosa für die Spätmoderne diagnostizierte allumspannende Gefühl der Entfremdung. Der Veganismus relativiert also das „Fremdwerden des Raumes, der Dinge und Orte, der Menschen und Verhältnisse“ (Rosa 2020, 247). Durch das verstärkte Gefühl von Verbundenheit mit der gesamten Umwelt entsteht ein Gefühl der „Resonanz“ (Rosa 2016): Eine „Form der Weltbeziehung, in der sich Subjekt und Welt [nicht mehr fremd sind, sondern] gegenseitig berühren und zugleich transformieren“ (ebd., 298). Dieses Resonanzempfinden führt wiederum zu dem Gefühl, Verantwortung übernehmen zu *müssen*. Die bewusste tägliche Verantwortungsübernahme durch die vegane Lebensweise führt dann zur Überzeugung, ein gutes Leben zu führen.

Aus dieser Perspektive erscheint die Entscheidung für eine vegane Lebensweise weniger als moralische Selbstprofilierung, die in Zuschreibungen von Nicht-Veganer*innen wie „Gemüseheilige“ (Fritzen 2016) oder „Gesundheitsapostel“ (Briesen 2010, 13) mitschwingt. Vielmehr entpuppt sich die Entscheidung für einen veganen Lebensstil als ein Streben nach Resonanz, nach Verbundenheit mit sich selbst und der gesamten Umwelt. Diese Verbundenheit zieht dann – sozusagen zwangsläufig – moralische Konsequenzen nach sich. Denn wer sich selbst mit der gesamten Umwelt verbunden fühlt, erkennt die Verantwortung im alltäglichen Handeln. Der menschengemachte Raubbau an der Natur ist für Veganer*innen nicht mehr hinnehmbar. Vor diesem Hintergrund ist die Entscheidung zum Veganismus ein konsequenter Schritt, um möglichst viel aus eigener Kraft zur Weltverbesserung beizutragen.

Skeptiker*innen könnten an dieser Stelle einwerfen, dass die Sichtweise der porträtierten Veganer*innen fern ab der Realität liegt, da es für einen gesellschaftlichen Wandel vor allem die Politik brauche, und ein verändertes Konsumverhalten nicht ausreiche. Doch „selbst wenn man die Bemühungen von Individuen [...] nicht als ausreichende Antwort auf die massiven ökologischen Verwerfungen in der globalisierten Welt“ (Straub & Ruppel 2017, 6) oder „die millionenfache Grausamkeit gegen Tiere“ (Precht 2016, 14) anerkennt, funktioniert ein gesellschaftlicher Wandel wohl auch nicht ohne das Mitwirken Einzelner (Straub & Ruppel 2017, 6). Hieraus folgt: Sämtliche eigenverantwortliche Bestrebungen zur Weltverbesserung als unnütz oder als reine Selbstprofilierung zu ‚brandmarken‘, hält vielleicht mehr Menschen von einer positiven Veränderung ihrer Lebensweise ab, als wir uns als Gesellschaft wünschen sollten. Mit Blick auf den fahrlässigen Umgang des Menschen mit der Natur stellt sich die

Frage, ob wir unser alltägliches Handeln vielleicht „gar nicht genug [moralisch] optimieren [können]“ (Scheller 2019).

Vor dem Hintergrund der Überlegung, dass ohne das Mittun der Einzelnen kein gesellschaftlicher Wandel möglich ist, könnte der Forschung zum Veganismus ein Perspektivwechsel helfen. Es sollten solche Fragen in den Vordergrund rücken, die sich nicht nur auf Veganer*innen fokussieren, sondern sich auf Personen konzentrieren, die wider besseres Wissen an etablierten Handlungsmustern festhalten oder gar den Veganismus anderer vehement ablehnen. Zu eruieren wären dann etwa Fragen wie: Basieren die Verteidigung und Beibehaltung des regelmäßigen Verzehrs tierischer Produkte auf rationalen Schlussfolgerungen oder auf emotionalen Bewertungen, um die entsprechenden habitualisierten Lebens- und Ernährungsweisen zu bewahren? Wie werden Modi „des Rechtfertigens, des Verdrängens, Leugnens oder Rationalisierens“ (Straub & Ruppel 2017, 6) des eigenen Konsums tierischer Produkte im Alltag eingesetzt? Welche Diskurse prägen die Argumentationen der Nicht-Veganer*innen? Wie werden im Alltag Anreize zu Änderungen des eigenen Verhaltens negiert? Welche Argumentationsmuster dienen der Kritik am veganen Lebensstil oder gar einer Abwertung als ‚unnützig‘?

Ein an der Alltagskultur des Menschen interessiertes Fach wie die Kulturanthropologie könnte weiterhin nach möglichen ‚Stellschrauben‘ im Alltag suchen und sich empirisch der Frage nähern, weshalb sich manche ‚Schrauben‘ – beispielsweise die der Esskultur – nur schwerlich drehen lassen und unter welchen Bedingungen sie sich wohl mit weniger Widerstand bewegen lassen könnten.

7.2 Abschließende Gedanken II: Eine Technologie der Transformation?

Aufgrund der gesellschaftlich immer noch anhaltenden Skepsis gegenüber dem Veganismus liegt in der herausgearbeiteten Funktion der Verunsicherungskompensation ein für die befragten Veganer*innen wichtiges Potenzial der Social-Media-Plattform Instagram. Insbesondere im analogen Alltag scheint die Wirkmächtigkeit eines veganen Lebens immer wieder infrage gestellt zu werden. Instagram kommt dementsprechend durch die im virtuellen Raum bewusst wählbaren ‚sozialen Blasen‘ eine wichtige kompensatorische Bedeutung zu. Ohne den emotionalen Rückhalt, die Rückversicherung und die Bestätigung der eigenen veganen Weltsicht via Instagram wäre die Sinnhaftigkeit und der Glaube an die Möglichkeit, die Welt selbst täglich ein Stück besser zu machen, vermutlich stärker durch die Erfahrungen im analogen Raum destabilisiert.

Wenn Soziale Medien wie Instagram in der öffentlichen Debatte immer wieder als problematisch bis gefährlich eingestuft werden, können die Fallbeispiele dieser Annahme eine divergente, nicht minder wichtige Binnenperspektive gegenüberstellen. In der Wahrnehmung der Interviewpartner*innen erscheint Instagram als essenzielle Stütze ihres veganen Selbst und ihrer Selbstwahrnehmung als ‚Gutmensch‘. Auch wenn die anhand der Fallbeispiele formulierten Thesen keineswegs repräsentativ sind und bei aller berechtigten Kritik an sozialen Medien, sollte das ‚Selbst-stabilisierende‘ Potenzial der Plattform nicht durch einen einseitig medienkritischen oder gar technophoben Blick verdeckt werden. Für die Befragten scheint Instagram eine wichtige stabilisierende Funktion zu haben.

Eine weitere essenzielle Funktion der Plattform liegt für die Befragten im ‚Transformationspotenzial‘. In den Fallanalysen zeichnet sich der Wunsch ab, den Veganismus weiter zu verbreiten, um ein resonanteres Selbst- und Weltverständnis zu etablieren. Aus der Perspektive der Veganer*innen gilt: Je mehr Menschen vegan leben, desto besser ist es um die ‚Weltverbesserung‘ bestellt. Genau hierfür sehen sie in Instagram eine hilfreiche Plattform – und folglich eine mächtige Technologie der Transformation. Im *Onlife* können Individuen am eigenen Leib die veränderten „Handlungs- und Haltungskonsequenzen“ (Uhlig 2016, 492) vorleben und sie mit daraus hervorgehenden positiven Erfahrungen attraktiver machen. Sie können vorführen, dass praktische Veränderungen möglich sind, und zeigen, wie diese im Alltag gelingen.

Inwieweit Instagram-Profile tatsächlich zu einer Verbreitung des Veganismus beitragen können, exemplifizieren die Fallbeispiele nur näherungsweise. Immerhin fanden Personen wie Sophie konkret über Instagram einen ersten Zugang zum Veganismus.

Fest steht, dass durch „sich formierende[] Gruppen Gleichgesinnter und allmählich keimender sozialer Bewegungen“ (Straub & Ruppel 2017, 13) durchaus etablierte Handlungs- und Denkmuster untergraben und darüber wiederum Veränderungen in Politik und Wirtschaft angestoßen werden können. Vielleicht bietet Instagram für Transformationsbestrebungen, die den individuellen Lebensstil betreffen und langfristige Änderungen im Alltag fordern, also tatsächlich eine wirkmächtige technologische Basis. Gerade weil die Plattform in Alltag zahlreicher Menschen fest verwoben ist und „immer mehr Menschen immer mehr Zeit damit zubringen, mit sich selbst auf Sendung zu gehen“ (Floridi 2015, 87), können hierin nicht nur Risiken, sondern auch Chancen im Hinblick auf nützliche Änderungen der Alltagskultur stecken.

Nimmt man die im Mittelpunkt dieser Arbeit stehenden Individuen ernst, liegt die Deutung nah, dass die Instagram-Profile der veganen ‚Sinnfluencer*innen‘ zu einer Aufweichung des gesellschaftlich verankerten Glaubenssatzes beitragen, der Mensch sei geschmackskonservativ und neophob. Was wäre, wenn wir als Gesellschaft den Glaubenssatz aufgeben könnten, der

Mensch könne seine Denk- und Handlungsmuster nur schwerlich ändern? Was wäre, wenn Personen via Instagram durch ihr Vorbild andere Menschen schneller zu einem verantwortungsbewussten und gemeinnützigen Alltagsverhalten bewegen könnten?

Weitere Forschungen könnten hier an die vorliegende Arbeit anknüpfen, sich den Rezeptions- und Aneignungsweisen der (veganen) Vorbilder via Instagram samt ihren Potenzialen und Problemen widmen. Eine interdisziplinäre Erforschung des Transformationspotenzials via Instagram könnte möglicherweise für vielerlei gesellschaftliche Probleme der Gegenwart nützlich sein, um Wege auszuloten, die den notwendigen Kulturwandel beschleunigen.

8 Literatur- und Quellenverzeichnis

8.1 Literatur

- Ach, Johann S. (2018a). Gegenwart. In: Ach, Johann S. & Borchers, Dagmar (Hg.). *Handbuch Tierethik. Grundlagen - Kontexte - Perspektiven*, 20–25. Stuttgart: Metzler.
- Ach, Johann S. (2018b). Vegetarismus und Veganismus. In: Ach, Johann S. & Borchers, Dagmar (Hg.). *Handbuch Tierethik. Grundlagen - Kontexte - Perspektiven*, 346–355. Stuttgart: Metzler.
- Ach, Johann S. (2019). Können sie leiden? Ein Einblick in die moderne Tierethik am Beispiel der Nutztierhaltung. In: Diehl, Elke & Tuidier, Jens (Hg.). *Haben Tiere Rechte? Aspekte und Dimensionen der Mensch-Tier-Beziehung*, 53–68. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Ach, Johann S. & Borchers, Dagmar (Hg.) (2018). *Handbuch Tierethik. Grundlagen - Kontexte - Perspektiven*. Stuttgart: Metzler.
- Alkemeyer, Thomas; Budde, Gunilla & Freist, Dagmar (2013). Einleitung. In: Alkemeyer, Thomas; Budde, Gunilla & Freist, Dagmar (Hg.). *Selbst-Bildungen. Soziale und kulturelle Praktiken der Subjektivierung*, 9–30. Bielefeld: Transcript.
- Bachmann, Götz & Wittel, Andreas (2006). Medienethnographie. In: Ayaß, Ruth & Bergmann, Jörg (Hg.). *Qualitative Methoden der Medienforschung*, 183–219. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Bareither, Christoph (2013a). Alltag mit Facebook. *Methodologische Überlegungen und ethnographische Beispiele. Berliner Blätter. Ethnographische und ethnologische Beiträge* (64), 29–46.
- Bareither, Christoph (Hg.) (2013b). *Unterhaltung und Vergnügung. Beiträge der Europäischen Ethnologie zur Populärkulturforschung*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Bareither, Christoph (2017). *Gewalt im Computerspiel. Facetten eines Vergnügens*. Bielefeld: Transcript.
- Bareither, Christoph (2019a). Medien der Alltäglichkeit. *Der Beitrag der Europäischen Ethnologie zum Feld der Medien- und Digitalanthropologie. Zeitschrift für Volkskunde* (115), 3–26.
- Bareither, Christoph (2019b). Wir-Gefühle: *Vergemeinschaftende Emotionspraktiken in Populärkulturen. Bricolage: Innsbrucker Zeitschrift für europäische Ethnologie* (10), 37–50.
- Bareither, Christoph (2020a). Affordanz. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 32–55. Münster, New York: Waxmann.
- Bareither, Christoph (2020b). Social Media und ihre Audiovisionen des Alltags. Eine medienanthropologische Verortung. In: Simon, Michael (Hg.). *Audiovisionen des Alltags. Quellenwert und mediale Weiternutzung*, 121–142. Münster, New York: Waxmann.
- Bareither, Christoph (2021). Gefühlswissen gestalten. Digitale Kuratierpraktiken am ›Denkmal für die ermordeten Juden Europas‹ in Berlin. In: Koch, Gertraud; Moser, Johannes; Hansen, Lara & Mallon, Stefanie (Hg.). *Welt. Wissen. Gestalten. 42. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Hamburg 2019*. Sonderband des Hamburger Journals für Kulturanthropologie, 349–361. Hamburg: Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie.
- Barlösius, Eva (1997). *Naturgemäße Lebensführung. Zur Geschichte der Lebensreform um die Jahrhundertwende*. Frankfurt am Main: Campus.
- Barlösius, Eva (2004). Von der kollektiven zur individualisierten Essmoral? Über das „gute Leben“ und die widersprüchlichen Grundmuster alltäglichen Essens. In: Teuteberg, Hans J. (Hg.). *Die Revolution am Esstisch. Neue Studien zur Nahrungskultur im 19./20. Jahrhundert*, 39–50. Stuttgart: Steiner.
- Barlösius, Eva (2016). *Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung*. 3. Auflage. Weinheim, Basel: Juventa.
- Barthes, Roland (2015). *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn*. 8. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bauernschmidt, Stefan (2014). Kulturwissenschaftliche Inhaltsanalyse prozessgenerierter Daten. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 401–430. Bern: Haupt.

- Baumgartner, Judith (2001). Vegetarische Lebensführung. In: Buchholz, Kai; Latocha, Rita; Peckmann, Hilke & Wolbert, Klaus (Hg.). *Die Lebensreform. Entwürfe zur Neugestaltung von Leben und Kunst um 1900*, 379–381. Darmstadt: Häusser.
- Baur, Nina & Lamnek, Siegfried (2005). Einzelfallanalyse. In: Mikos, Lothar & Wegener, Claudia (Hg.). *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*, 241–252. Konstanz: UVK.
- Bechdolf, Ute (2007). Kulturwissenschaftliche Medienforschung: Film und Fernsehen. In: Götsch-Elten, Silke & Lehmann, Albrecht (Hg.). *Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie*, 289–315. 2. Auflage. Berlin: Reimer.
- Beck, Ulrich (1997). *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus - Antworten auf Globalisierung*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich (2007). *Weltrisikogesellschaft. Auf der Suche nach der verlorenen Sicherheit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hg.) (2015). *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. 9. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Benkel, Thorsten (2012). Die Strategie der Sichtbarmachung: *Zur Selbstdarstellungslogik bei Facebook*. *Kommunikation@gesellschaft*, 13, 1–11.
- Birk, Hanne & Neumann, Birgit (2002). Go-between: Postkoloniale Erzähltheorie. In: Nünning, Ansgar (Hg.). *Neue Ansätze in der Erzähltheorie*, 115–152. Trier: WVT.
- Bischoff, Christine (2014). Empirie und Theorie. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 14–31. Bern: Haupt.
- Bitzegeio, Ursula; Mittag, Jürgen & Winterberg, Lars (Hg.) (2015). *Der politische Mensch. Akteure gesellschaftlicher Partizipation im Übergang zum 21. Jahrhundert*. Bonn: Dietz.
- Blumberg, Kerstin; Möhring, Wiebke & Schneider, Beate (2009). Risiko und Nutzen der Informationspreisgabe in Sozialen Netzwerken. *Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik*, 11 (1), 16–22.
- Boellstorff, Tom (2008). *Coming of age in second life. An anthropologist explores the virtually human*. Princeton: Princeton Univ. Press.
- Boellstorff, Tom (2014). Rethinking Digital Anthropology. In: Horst, Heather A. & Miller, Daniel (Hg.). *Digital anthropology*, 39–60. 3. Auflage. London: Bloomsbury Academic.
- Boellstorff, Tom; Nardi, Bonnie A.; Pearce, Celia; Taylor, T. L. & Marcus, George E. (2012). *Ethnography and virtual worlds. A handbook of method*. Princeton, Oxford: Princeton Univ. Press.
- Böhm, Andreas (2010). Theoretisches Codieren: Textanalyse in der Grounded Theory. In: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst v. & Steinke, Ines (Hg.). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, 475–485. 8. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Böhm, Martina (2016). *Erzählte Liebe - erzählte Identität(en)*. Hamburg: Dr. Kovač.
- Boje, Christiane (2009). ‚Vegetarier! Karotte! Gurkenheini!‘. *Eine kulturwissenschaftliche Analyse der Darstellungs- und Inszenierungspraktiken des Vegetarismus im zeitgenössischen Film*. Köln: Universität zu Köln.
- Bolz, Norbert (2001). *Die Konformisten des Andersseins. Ende der Kritik*. 2. Auflage. München: Fink.
- Bonacker, Thorten & Schmitt, Lars (2007). Konflikt und Gewalt. In: Straub, Jürgen; Weidemann, Arne & Weidemann, Doris (Hg.). *Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe - Theorien - Anwendungsfelder*, 122–128. Stuttgart, Weimar: Metzler.
- Bourdieu, Pierre (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hg.). *Soziale Ungleichheiten*, 183–198. Göttingen: Otto Schwartz & Co.
- Bourdieu, Pierre (1987). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1992). *Die verborgenen Mechanismen der Macht*. Hamburg: VSA.
- Breyvogel, Wilfried (Hg.) (2005). *Eine Einführung in Jugendkulturen. Veganismus und Tattoos*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Briesen, Detlef (2010). *Das gesunde Leben. Ernährung und Gesundheit seit dem 18. Jahrhundert*. Frankfurt am Main: Campus.

- Bröckling, Ulrich (2004). Empowerment. In: Bröckling, Ulrich (Hg.). *Glossar der Gegenwart*, 55–62. 5. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bröckling, Ulrich (2012). Der Ruf des Polizisten - Die Regierung des Selbst und ihre Widerstände. In: Gebauer, Gunter; König, Ekkehard & Volbers, Jörg (Hg.). *Selbst-Reflexionen. Performative Perspektiven*, 139–153. München: Fink.
- Bröckling, Ulrich (2017). *Gute Hirten führen sanft. Über Menschenregierungskünste*. Berlin: Suhrkamp.
- Bröckling, Ulrich (2018). Opferbereit und tatendurstig. *Kulturaustausch. Zeitschrift für internationale Perspektiven* (2), 19–21.
- Brückner, Claudia (2009). Die Digitalisierung des Selbst. Zur Fotopraxis des Selbstportraitierens. In: Ziehe, Irene & Hägele, Ulrich (Hg.). *Digitale Fotografie. Kulturelle Praxen eines neuen Mediums*. 4. Tagung der Kommission Fotografie der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde, 109–117. Münster: Waxmann.
- Brunner, Karl-Michael (2011). Der Ernährungsalltag im Wandel und die Frage der Steuerung von Konsummustern. In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 203–219. Wiesbaden: Springer.
- Bublitz, Hannelore (2006). ‚Magic Mirrors‘. Zur extensiven Ausleichtung des Subjekts. In: Burkart, Günter (Hg.). *Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization?* 105–125. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bublitz, Hannelore (2010). *Im Beichtstuhl der Medien. Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis*. Bielefeld: Transcript.
- Bude, Heinz (2010). Die Kunst der Interpretation. In: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst v. & Steinke, Ines (Hg.). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, 569–578. 8. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Burhenne, Verena (2015). ‚Darf’s ein bisschen mehr sein?‘. Vom Fleischverzehr und Fleischverzicht - eine Einführung. In: Burhenne, Verena (Hg.). *‚Darf’s ein bisschen mehr sein?‘. Vom Fleischverzehr und Fleischverzicht*. Begleitbuch zur gleichnamigen Wanderausstellung des LWL-Museumsamtes für Westfalen, 125–151. Münster: LWL-Museumsamt für Westfalen.
- Burkart, Günter (Hg.) (2006a). *Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Burkart, Günter (2006b). Einleitung. Selbstreflexion und Bekenntniskultur. In: Burkart, Günter (Hg.). *Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization?* 7–40. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bürkert, Karin (2020). Performativität. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 351–379. Münster, New York: Waxmann.
- Busse, Tanja (2006). *Die Einkaufsrevolution. Konsumenten entdecken ihre Macht*. 4. Auflage. München: Blessing.
- Butter, Michael (2018). *‚Nichts ist, wie es scheint‘. Über Verschwörungstheorien*. Berlin: Suhrkamp.
- Carah, Nicholas & Shaul, Michelle (2015). Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance. *Mobile media & communication*, 1–17.
- Castells, Manuel (2013). *Communication power*. 2. Auflage. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Caysa, Konstanze (2015). *Askese als Verhaltensrevolte*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Chou, Hui-Tzu G. & Edge, Nicholas (2012). “They are happier and having better lives than I am”: the impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15 (2), 117–121.
- Christmann, Babriela B. (2006). Inhaltsanalyse. In: Ayaß, Ruth & Bergmann, Jörg (Hg.). *Qualitative Methoden der Medienforschung*, 274–292. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Cohn, Miriam (2014). Teilnehmende Beobachtung. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 71–85. Bern: Haupt.
- Colloseus, Cecilia (2017). *Gebären - Erzählen: die Geburt als leibkörperliche Grenzerfahrung*. Frankfurt am Main: Campus.
- Cooley, Charles H. (1902). *Human nature and the social order*. New York: Routledge.

- Czirak, Adam (2012). Wenn man vom Anderen ein Anderer wird. Konstituierung und Inszenierung des Selbst im fremden Blick. In: Gebauer, Gunter; König, Ekkehard & Volbers, Jörg (Hg.). *Selbst-Reflexionen. Performative Perspektiven*, 99–116. München: Fink.
- Denkhaus, Ruth (2018). Speziesismus. In: Ach, Johann S. & Borchers, Dagmar (Hg.). *Handbuch Tierethik. Grundlagen - Kontexte - Perspektiven*, 202–207. Stuttgart: Metzler.
- Detel, Hanne (2017). *Netzprominenz. Entstehung, Erhaltung und Monetarisierung von Prominenz im digitalen Zeitalter*. Köln: Halem.
- Deterding, Sebastian (2009). Virtual Communities. In: Hitzler, Ronald; Honer, Anne & Pfadenhauer, Michaela (Hg.). *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen*, 115–131. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Díaz, Estela M. (2016). Animal Humanness, Animal Use, and Intention to Become Ethical Vegetarian or Ethical Vegan. *Anthrozoös*, 29 (2), 263–282.
- Dietzsch, Ina (2020). Akteur-Netzwerk-Theorie. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 77–99. Münster, New York: Waxmann.
- Dimitriou, Minas (2019). Der postmoderne Körper im Wandel: Sport, Fitness und Wellness zwischen Gesundheitsorientierung, performativem Zwang und Optimierungslogik. In: Dimitriou, Minas & Ring-Dimitriou, Susanne (Hg.). *Der Körper in der Postmoderne. Zwischen Entkörperlichung und Körperwahn*, 63–92. Wiesbaden: Springer.
- Dracklé, Dorle (2015). Ethnographische Medienanalyse: Vom Chaos zum Text. In: Bender, Cora & Zillinger, Martin (Hg.). *Handbuch der Medienethnographie*, 387–403. Berlin: Reimer.
- Duttweiler, Stefanie (2005). «Körper, Geist und Seele bepuscheln ...» Wellness als Technologie der Selbstführung. In: Orland, Barbara (Hg.). *Artifizielle Körper - lebendige Technik. Technische Modellierungen des Körpers in historischer Perspektive*, 261–278. Zürich: Chronos.
- Duttweiler, Stefanie & Passoth, Jan-Hendrik (2016). Self-Tracking als Optimierungsprojekt? In: Duttweiler, Stefanie; Gugutzer, Robert; Passoth, Jan-Hendrik & Strübing, Jörg (Hg.). *Leben nach Zahlen. Self-Tracking als Optimierungsprojekt?* 9–42. Bielefeld: Transcript.
- Duve, Karen (2010). *Anständig essen. Wie ich versuchte, ein besserer Mensch zu werden. Ein Selbstversuch*. 2. Auflage. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Eck, Cornelia (2011). *Second Life und Identität. Potentiale virtueller Existenz*. Baden-Baden: Nomos.
- Ehlich, Konrad (1980). Der Alltag des Erzählens. In: Ehlich, Konrad (Hg.). *Erzählen im Alltag*, 11–27. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Endres, Eva-Maria (2012). *Genussrevolte. Von der Diät zu einer neuen Esskultur*. Wiesbaden: Springer.
- Esposito, Elena (2008). Die Wahrnehmung der Virtualität. Rezeptionsaspekte der interaktiven Kommunikation. In: Stanitzek, Georg & Voßkamp, Wilhelm (Hg.). *Schnittstelle. Medien und Kulturwissenschaften. Mediologie*, 116–131. Köln: DuMont.
- Faber, Richard & Wehinger, Brunhilde (Hg.) (2010). *Aufklärung in Geschichte und Gegenwart*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Falk, Francesca (2014). Öffentliche Bilder analysieren. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 212–222. Bern: Haupt.
- Faßmann, Manuel & Moss, Christoph (2016). *Instagram als Marketing-Kanal. Die Positionierung ausgewählter Social-Media-Plattformen*. Wiesbaden: Springer.
- Fenner, Dagmar (2019). *Selbstoptimierung und Enhancement. Ein ethischer Grundriss*. Tübingen: Narr.
- Fenske, Michaela (Hg.) (2010). *Alltag als Politik - Politik im Alltag. Dimensionen des Politischen in Vergangenheit und Gegenwart; ein Lesebuch für Carola Lipp*. Berlin: LIT.
- Fenske, Michaela (2020). Agency. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 56–76. Münster, New York: Waxmann.
- Floridi, Luciano (2015). *Die 4. Revolution. Wie die Infosphäre unser Leben verändert*. Berlin: Suhrkamp.
- Foer, Jonathan S. (2013). *Tiere essen*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer.

- Folger, Robert (2008). New kids on the blog? Subjektkonstitutionen im Internet. In: Dünne, Jörg & Moser, Christian (Hg.). *Automedialität. Subjektconstitution in Schrift, Bild und neuen Medien*, 283–304. Paderborn: Fink.
- Foucault, Michel (1987). *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Frankfurt, Harry G. (1988). *The importance of what we care about. Philosophical essays*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Frei, Alfred G.; Groß, Timo & Meier, Toni (2011). Es geht um die Wurst. Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft tierischer Kost. In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 57–75. Wiesbaden: Springer.
- Frindte, Wolfgang & Frindte, Ina (2020). *Halt in haltlosen Zeiten. Eine sozialpsychologische Spurensuche*. Wiesbaden: Springer.
- Frischling, Barbara (2014). *Alltag im digitalen Panopticon. Facebook-Praktiken zwischen Gestaltung und Kontrolle*. Marburg: Jonas.
- Fritzen, Florentine (2006). *Gesünder leben. Die Lebensreformbewegung im 20. Jahrhundert*. Stuttgart: Steiner.
- Fritzen, Florentine (2016). *Gemüseheilige. Eine Geschichte des veganen Lebens*. Stuttgart: Franz Steiner.
- Frizzoni, Brigitte (2020). Einleitung. In: Frizzoni, Brigitte (Hg.). *Verschörungserzählungen*, 9–17. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Fröhlich, Gerrit (Hg.) (2018). *Medienbasierte Selbsttechnologien 1800, 1900, 2000. Vom narrativen Tagebuch zur digitalen Selbstvermessung*. Bielefeld: Transcript.
- Funkschmidt, Kai (2015a). Erlösung durch Ernährung. *Veganismus als Ersatzreligion (Teil II)*. *Zeitschrift für Religions- und Weltanschauungsfragen* (12), 445–455.
- Funkschmidt, Kai (2015b). Erlösung durch Ernährung. *Veganismus als Ersatzreligion (Teil I)*. *Zeitschrift für Religions- und Weltanschauungsfragen* (11), 403–412.
- Gebauer, Gunter; König, Ekkehard & Volbers, Jörg (2012). Einleitung. In: Gebauer, Gunter; König, Ekkehard & Volbers, Jörg (Hg.). *Selbst-Reflexionen. Performative Perspektiven*, 7–13. München: Fink.
- Geertz, Clifford (1984). Anti Anti-Relativism. *American Anthropologist*, 86 (2), 263–278.
- Geertz, Clifford (1987). *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gerndt, Helge (2009). Mit Bildern erzählen. In: Brednich, Rolf W. (Hg.). *Erzählkultur. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Erzählforschung*, 309–325. Berlin: Walter de Gruyter.
- Gerndt, Helge (2016). Vergleich. In: Brednich, Rolf W. (Hg.). *Enzyklopädie des Märchens. Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung*, 28–34. Berlin: de Gruyter.
- Gfäller, Sebastian V. (2015). „We legalized Müsli“ - Die Formierung, Institutionalisierung und Legitimierung der Bio-Branche in Deutschland. In: Hirschfelder, Gunther; Ploeger, Angelika; Rückert-John, Jana & Schönberger, Gesa (Hg.). *Was der Mensch essen darf. Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*, 273–290. Wiesbaden: Springer.
- Girtler, Roland (2001). *Methoden der Feldforschung*. 4. Auflage. Stuttgart, Köln: UTB; Böhlau.
- Glaser, Johannes (2020). Verschörungserzählen in einer digitalisierten Welt. YouTube als kulturanthropologische Quelle. In: Frizzoni, Brigitte (Hg.). *Verschörungserzählungen*, 283–294. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Goebel, Eckart & Zumbusch, Cornelia (2020). Einleitung. In: Zumbusch, Cornelia & Goebel, Eckart (Hg.). *Balance: Figuren des Äquilibriums in den Kulturwissenschaften*, 7–34. Berlin, Boston: de Gruyter.
- Goffman, Erving (2014). *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. 14. Auflage. München: Piper.
- Goleman, Daniel (2012). *Ökologische Intelligenz. Wer umdenkt, lebt besser*. München: Knaur.
- Gölz, Olmo (2021). Typologisches Feld des Heroischen. *Compendium heroicum: das Online-Lexikon des Sonderforschungsbereichs 948 „Helden – Heroisierungen – Heroismen“*.
- Göttsch-Elten, Silke (2007). Archivalische Quellen und die Möglichkeiten ihrer Auswertung. In: Göttsch-Elten, Silke & Lehmann, Albrecht (Hg.). *Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie*, 15–32. 2. Auflage. Berlin: Reimer.
- Götzö, Monika (2014). Theoriebildung nach Grounded Theory. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck,

- Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 444–458. Bern: Haupt.
- Grael, Jonas (2013). *Gesundheit, Genuss und gutes Gewissen. Über Lebensmittelkonsum und Alltagsmoral*. Bielefeld: Transcript.
- Greco, Monica (2004). Wellness. In: Bröckling, Ulrich (Hg.). *Glossar der Gegenwart*, 293–299. 5. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Greve, Werner (2017). Ichs, Identitäten und Selbste. In: Krankenhagen, Stefan & Vahrson, Viola (Hg.). *Geschichte kuratieren. Kultur- und kunstwissenschaftliche An-Ordnungen der Vergangenheit*, 67–74. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Grewe, Maria (2017). *Teilen, Reparieren, Mülltauchen. Kulturelle Strategien im Umgang mit Knappheit und Überfluss*. Bielefeld: Transcript.
- Groth, Stefan (2019). Optimierung bis zur Mitte. Selbstoptimierung als Konstellation und relationale Subjektivierung. *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde* (122), 27–56.
- Grube, Angela (2009). *Vegane Lebensstile. Diskutiert im Rahmen einer qualitativen/quantitativen Studie*. 3. Auflage. Stuttgart: ibidem.
- Gülzau, Fabian & Mau, Steffen (2020). Selbstoptimierung, Selbstverwirklichung, investive Statusarbeit. *Zur Verkopplung dreier Praxisformen. Zeitschrift für Pädagogik* (1), 29–34.
- Gunkel, Katja (2018). *Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt*. Bielefeld: Transcript.
- Hahn, Alois (1987). Identität und Selbstthematization. In: Hahn, Alois (Hg.). *Selbstthematization und Selbstzeugnis: Bekenntnis und Geständnis*, 9–24. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hamm, Marion (2011). Zur ethnografischen Ko-Präsenz in digitalen Forschungsfeldern. *Kulturen. Volkskunde in Niedersachsen* (2), 28–33.
- Hamm, Marion; Sülzle, Almut & Eisch-Angus, Katharina (Hg.) (2017). *Ethnografie und Deutung. Gruppensupervision als Methode reflexiven Forschens*. Wiesbaden: Springer.
- Hänel, Dagmar (2015). „Maria hat geholfen“ - Heterodoxe Konzepte von Heilung in Kontexten christlicher Religion, Religiosität und Spiritualität. In: Uhlig, Mirko; Lefeldt, Johanne & Simon, Michael (Hg.). *Sinnentwürfe in prekären Lebenslagen. Interdisziplinäre Blicke auf heterodoxe Phänomene des Heilens und ihre Funktionen im Alltag*, 181–193. Münster: Waxmann.
- Hannover, Bettina (2012). Konstruktionen des Selbst: Eine psychologische Perspektive. In: Gebauer, Gunter; König, Ekkehard & Volbers, Jörg (Hg.). *Selbst-Reflexionen. Performative Perspektiven*, 17–27. München: Fink.
- Hansen, Margret (2009). *Freundinnen. Freundschaftserfahrungen in weiblichen Biographien*. Münster: Waxmann.
- Häußler, Angela (2011). Neue gesellschaftliche Leitbilder für nachhaltige Ernährungsweisen - Wer sind die ‚Lohas‘ und was können sie für den Essalltag bewirken? In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 107–122. Wiesbaden: Springer.
- Heidbrink, Ludger & Schmidt, Imke (2011). Das Prinzip der Konsumentenverantwortung - Grundlagen, Bedingungen und Umsetzungen verantwortlichen Konsums. In: Heidbrink, Ludger; Schmidt, Imke & Ahaus, Björn (Hg.). *Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*, 25–56. Frankfurt am Main: Campus.
- Heimerdinger, Timo (2008a). Der gelebte Konjunktiv. Zur Pragmatik von Ratgeberliteratur in alltagskultureller Perspektive. In: Hahnemann, Andy & Oels, David (Hg.). *Sachbuch und populäres Wissen im 20. Jahrhundert*, 97–108. Frankfurt am Main: Lang.
- Heimerdinger, Timo (2008b). Norm und Normalität im Alltag. *Das Beispiel Ernährung. Zeitschrift für Volkskunde in Rheinland-Pfalz: Informationen* (23), 47–66.
- Heimerdinger, Timo (Hg.) (2013a). *„Gegenkultur“*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Heimerdinger, Timo (2013b). ‚Gegenkultur‘: Kontra als Kitt - zur Einführung. In: Heimerdinger, Timo (Hg.). *„Gegenkultur“*, 7–14. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Heimerdinger, Timo (2015a). Igit. Ekel als Kultur – zur Einführung. In: Heimerdinger, Timo (Hg.). *Igit. Ekel als Kultur*, 9–25. Innsbruck: Innsbruck Univ. Press.

- Heimerdinger, Timo (2015b). Schmackhafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. *Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung*, 205–218.
- Heimerdinger, Timo (2015c). Zwangloser Zwang? Lebensratgeber-Literatur, Selbstformung und Alltagspragmatik. In: Conrad, Ruth & Kipke, Roland (Hg.). *Selbstformung. Beiträge zur Aufklärung einer menschlichen Praxis*, 97–113. Münster: Mentis.
- Heimerdinger, Timo (2016). „Der Gefoppte wird staunend vor diesem Rätsel stehen“. Scherzartikel und die kohäsive Kraft des Lachens. In: Niem, Christina; Schneider, Thomas & Uhlig, Mirko (Hg.). *Erfahren - Benennen - Verstehen. Den Alltag unter die Lupe nehmen*. Festschrift für Michael Simon zum 60. Geburtstag, 151–159. Münster, New York: Waxmann.
- Heimerdinger, Timo (2020). Verzicht – eine Reizvokabel im Diskursklima des Klimadiskurses. *Kuckuck. Notizen zur Alltagskultur*, 35 (2), 74–77.
- Heimerdinger, Timo & Näser-Lather, Marion (Hg.) (2019). *Wie kann man nur dazu forschen? Themenpolitik in der Europäischen Ethnologie*. Wien: Selbstverlag des Vereins für Volkskunde.
- Heimerdinger, Timo; Simon, Michael & Voges, Natalie (2008). Aporien des Alltags – Ratgeberliteratur und spätmoderne Ratlosigkeit. *Natur & Geist. Das Forschungsmagazin der Johannes Gutenberg-Universität Mainz*, 24 (1), 13–16.
- Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.) (2020). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*. Münster, New York: Waxmann.
- Heindl, Ines; Methfessel, Barbara & Schlegel-Matthies, Kirsten (2011). Ernährungssozialisation und -bildung und die Entstehung einer ‚kulinarischen Vernunft‘. In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 187–202. Wiesbaden: Springer.
- Hengartner, Thomas (2007). Volkskundliches Forschen im, mit dem und über das Internet. In: Götsch-Elten, Silke & Lehmann, Albrecht (Hg.). *Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie*, 189–218. 2. Auflage. Berlin: Reimer.
- Hengartner, Thomas & Schmidt-Lauber, Brigitta (Hg.) (2005). *Leben - erzählen. Beiträge zur Erzähl- und Biographieforschung*. Berlin: Reimer.
- Herlyn, Gerrit (2008). *Computer im Alltag - Computer als Alltag. Erzählstrategien und biographische Deutungen im Veralltäglichungsprozess von Technik*. Hamburg: Universität Hamburg.
- Hetzel, Andreas (2019). Agency: Selbstbestimmung in Situationen. In: Kögler, Hans-Herbert; Pechriggl, Alice & Winter, Rainer (Hg.). *Enigma Agency. Macht, Widerstand, Reflexivität*, 37–54. Bielefeld: Transcript.
- Hine, Christine (2008). *Virtual ethnography*. London: Sage.
- Hine, Christine (2015). *Ethnography for the Internet. Embedded, embodied and everyday*. London, New Delhi, New York, Sydney: Bloomsbury Academic.
- Hirschfelder, Gunther (2005). *Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute*. Frankfurt am Main: Campus.
- Hirschfelder, Gunther & Lahoda, Karin (2012). Wenn Menschen Tiere essen. Bemerkungen zu Geschichte, Struktur und Kultur der Mensch-Tier-Beziehung und des Fleischkonsums. In: Buchner-Fuhs, Jutta & Rose, Lotte (Hg.). *Tierische Sozialarbeit. Ein Lesebuch für die Profession zum Leben und Arbeiten mit Tieren*, 147–166. Wiesbaden: Springer.
- Hitzler, Ronald (1994). Wissen und Wesen des Experten. Ein Annäherungsversuch. In: Hitzler, Ronald; Honer, Anne & Maeder, Christoph (Hg.). *Expertenwissen. Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit*, 13–30. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hitzler, Ronald & Honer, Anne (2015). Bastelexistenzen - Über subjektive Konsequenzen der Individualisierung. In: Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hg.). *Risikante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*, 307–315. 9. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hitzler, Ronald & Niederbacher, Arne (Hg.) (2010a). *Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute*. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hitzler, Ronald & Niederbacher, Arne (2010b). Szenedarstellungen. In: Hitzler, Ronald & Niederbacher, Arne (Hg.). *Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute*, 33–182. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Holfelder, Ute (2020). „The unique moment.“ Camera phone videos taken at concerts. In: Müske, Johannes; Holfelder, Ute & Hengartner, Thomas (Hg.). *Fixing and Circulating the Popular. Ethnographies of Technology, Media, Archives and the Dissemination of Culture*, 107–122. Zürich: Chronos.
- Holfelder, Ute & Schönberger, Klaus (2017). Einführung: Bewegtbildpraktiken und Alltagskultur(en). In: Holfelder, Ute & Schönberger, Klaus (Hg.). *Bewegtbilder und Alltagskultur(en). Von Super 8 über Video zum Handyfilm. Praktiken von Amateuren im Prozess der gesellschaftlichen Ästhetisierung*, 9–15. Köln: Halem.
- Holfelder, Ute & Schönberger, Klaus (2018). Amateurfilm – technische Entwicklungen und populärkulturelle Praktiken im historischen Prozess. In: Geimer, Alexander; Heinze, Carsten & Winter, Rainer (Hg.). *Handbuch Filmsoziologie*, 1–19. Wiesbaden: Springer.
- Honneth, Axel (2013). Verwilderung des sozialen Konflikts. Anerkennungskämpfe zu Beginn des 21. Jahrhunderts. In: Honneth, Axel; Lindemann, Ophelia & Voswinkel, Stephan (Hg.). *Strukturwandel der Anerkennung. Paradoxien sozialer Integration in der Gegenwart*, 17–39. Frankfurt am Main: Campus.
- Horst, Heather A. & Miller, Daniel (Hg.) (2014). *Digital anthropology*. 3. Auflage. London: Bloomsbury Academic.
- Hurrelmann, Klaus & Albrecht, Erik (2020). Fridays for Future als Sinnbild ihrer Generation. In: Haunss, Sebastian & Sommer, Moritz (Hg.). *Fridays for Future - Die Jugend gegen den Klimawandel. Konturen der weltweiten Protestbewegung*, 227–236. Bielefeld: Transcript.
- Jonas, Hans (1979). *Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Joy, Melanie (2011). *Why We Love Dogs, Eat Pigs, and Wear Cows. An Introduction to Carnism*. Cork: Red Wheel Weiser.
- Katzer, Catarina (2016). *Cyberpsychologie. Leben im Netz: Wie das Internet uns ver@ndert*. München: dtv.
- Kern, Thomas (2008). *Soziale Bewegungen. Ursachen, Wirkungen, Mechanismen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Keupp, Heiner (2008). *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*. 4. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Kickbusch, Ilona & Maag, Daniela (2006). *Die Gesundheitsgesellschaft. Megatrends der Gesundheit und deren Konsequenzen für Politik und Gesellschaft*. Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.
- Kirchner, Babette & Betz, Gregor (2015). Ethnographie und Bildhermeneutik. Visuelle Daten im Rahmen lebensweltanalytischer Forschung. In: Hitzler, Ronald & Gothe, Miriam (Hg.). *Ethnographische Erkundungen. Methodische Aspekte aktueller Forschungsprojekte*, 177–208. Wiesbaden: Springer.
- Kirschner, Eva-Maria (2019). Die vegane Community - eine Subkultur? *Forschungsdynamiken und Subjektivität in einer ethnografischen Arbeit zu Veganismus. Bricolage: Innsbrucker Zeitschrift für europäische Ethnologie* (10), 145–159.
- Klotter, Christoph (2011). Essen als individuelle Freiheit - Essen als sozialer Zwang. In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 125–138. Wiesbaden: Springer.
- Klotter, Christoph (2016). *Identitätsbildung über Essen. Ein Essay über „normale“ und alternative Esser*. Wiesbaden: Springer.
- Knorr, Alexander (2011). *Cyberanthropology*. Wuppertal: Hammer.
- Koch, Daniel (2021). *Der »Held« im Deutschen. Eine linguistische Konzeptanalyse*. Berlin: de Gruyter; Walter de Gruyter.
- Koch, Gertraud (2009). Second Life - ein zweites Leben? *Alltag und Alltägliches einer virtuellen Welt. Zeitschrift für Volkskunde*, 105, 215–232.
- Koch, Gertraud (2014). Ethnografieren im Internet. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 367–382. Bern: Haupt.
- Koch, Gertraud (2015). Empirische Kulturanalyse in digitalisierten Lebenswelten. *Zeitschrift für Volkskunde*, 111 (2), 179–200.

- Koch, Gertraud (2019). Digitale Selbstvermessung. In: Baur, Nina & Blasius, Jörg (Hg.). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, 1079–1087. Wiesbaden: Springer.
- Köck, Christoph (2007). Kulturanalyse populärer Medientexte. In: Götsch-Elten, Silke & Lehmann, Albrecht (Hg.). *Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie*, 343–363. 2. Auflage. Berlin: Reimer.
- Koeder, Christian (2021). Understanding the situation of vegans. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 2807–2808.
- Kofahl, Daniel (2011). „Mit Liebe gekocht ...“ - Zur Kommunikation von Emotionen im kulinarischen Kontext. In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 269–284. Wiesbaden: Springer.
- Kofahl, Daniel (2015). „Vorsicht! Kann Spuren von Moral enthalten“ - Begleiterscheinungen und Komplikationen moralisch infizierter Ernährungskommunikation. In: Hirschfelder, Gunther; Ploeger, Angelika; Rückert-John, Jana & Schönberger, Gesa (Hg.). *Was der Mensch essen darf. Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*, 35–47. Wiesbaden: Springer.
- Kofoed, Jette & Larsen, Malene C. (2016). A snap of intimacy: Photo-sharing practices among young people on social media. *First Monday*, 21 (11).
- Köhnen, Ralph (2019). *Selbstoptimierung: Eine kritische Diskursgeschichte des Tagebuchs*. Bochum: Ruhr-Universität Bochum.
- König, Ekkehard (2012). Selbstreflexionen und das Selbst: Sprachliche und konzeptuelle Grundlagen. In: Gebauer, Gunter; König, Ekkehard & Volbers, Jörg (Hg.). *Selbst-Reflexionen. Performative Perspektiven*, 41–58. München: Fink.
- Koschorke, Albrecht (2013). *Wahrheit und Erfindung. Grundzüge einer Allgemeinen Erzähltheorie*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer.
- Köstlin, Konrad (2006). Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: Mohrmann, Ruth-Elisabeth (Hg.). *Essen und Trinken in der Moderne*, 9–21. Münster: Waxmann.
- Kozinets, Robert V. (2010). *Netnography. Doing ethnographic research online*. London: Sage.
- Krabbe, Wolfgang R. (2001). Die Lebensreformbewegung. In: Buchholz, Kai; Latocha, Rita; Peckmann, Hilke & Wolbert, Klaus (Hg.). *Die Lebensreform. Entwürfe zur Neugestaltung von Leben und Kunst um 1900*, 25–29. Darmstadt: Häusser.
- Krajnik, Robert (2016). *Vom Theater zum Cyberspace. Körperinszenierungen zwischen Selbst und Algorithmus*. Bielefeld: Transcript.
- Krankenhagen, Stefan (2017). Geschichte kuratieren. In: Krankenhagen, Stefan & Vahrson, Viola (Hg.). *Geschichte kuratieren. Kultur- und kunstwissenschaftliche An-Ordnungen der Vergangenheit*, 9–14. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Kraus, Wolfgang (2000). *Das erzählte Selbst. Die narrative Konstruktion von Identität in der Spätmoderne*. 2. Auflage. Herbolzheim: Centaurus.
- Kraus, Wolfgang (2007). Das narrative Selbst und die Virulenz des NichtErzählten. In: Joisten, Karen (Hg.). *Narrative Ethik. Das Gute und das Böse erzählen*, 25–43. Berlin: Akademie.
- Kübler, Hans-Dieter (2000). *Mediale Kommunikation*. Berlin: de Gruyter.
- Kuhn, Konrad J. (2020). Wissen. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 520. Münster, New York: Waxmann.
- Laestadius, Linnea (2017). Instagram. In: Sloan, Luke & Quan-Haase, Anabel (Hg.). *The SAGE handbook of social media research methods*, 573–592. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: Sage.
- Lampert, Claudia (2005). Grounded Theory. In: Mikos, Lothar & Wegener, Claudia (Hg.). *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*, 596–604. Konstanz: UVK.
- Lehmann, Albrecht (1978). Erzählen eigener Erlebnisse im Alltag. Tatbestände, Situationen, Funktionen. *Zeitschrift für Volkskunde* (74), 198–215.
- Lehmann, Albrecht (1980). Rechtfertigungsgeschichten. *Fabula. Zeitschrift für Erzählforschung*, 21 (Jahresband), 56–69.

- Lehmann, Albrecht (1983). *Erzählstruktur und Lebenslauf. Autobiogr. Untersuchungen*. Frankfurt am Main: Campus.
- Lehmann, Albrecht (2007a). Bewußtseinsanalyse. In: Göttisch-Elten, Silke & Lehmann, Albrecht (Hg.). *Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie*, 271–288. 2. Auflage. Berlin: Reimer.
- Lehmann, Albrecht (2007b). *Reden über Erfahrung. Kulturwissenschaftliche Bewusstseinsanalyse des Erzählens*. Berlin: Reimer.
- Lehmann, Albrecht (2009). Homo narrans - Individuelle und kollektive Dimensionen des Erzählens. In: Brednich, Rolf W. (Hg.). *Erzählkultur. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Erzählforschung*, 59–70. Berlin: Walter de Gruyter.
- Leimgruber, Walter; Andris, Silke & Bischoff, Christine (2013). Visuelle Anthropologie: Bilder machen, analysieren, deuten und präsentieren. In: Hess, Sabine; Moser, Johannes & Schwertl, Maria (Hg.). *Europäisch-ethnologisches Forschen. Neue Methoden und Konzepte*, 247–281. Berlin: Reimer.
- Leitzmann, Claus; Keller, Markus & Weder, Stine (2018). *Veganismus. Grundlagen, Vorteile, Risiken*. München: Beck.
- Lemke, Harald (2007a). *Die Kunst des Essens. Eine Ästhetik des kulinarischen Geschmacks*. Bielefeld: Transcript.
- Lemke, Harald (2007b). *Ethik des Essens. Eine Einführung in die Gastrosophie*. Berlin: de Gruyter.
- Lemke, Harald (2011). Klimagerechtigkeit und Esskultur - oder ‚Lerne Tofuwürste lieben!‘. In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 167–185. Wiesbaden: Springer.
- Lemke, Harald (2012). *Politik des Essens. Wovon die Welt von morgen lebt*. Bielefeld: Transcript.
- Lemke, Harald (2014). *Über das Essen. Philosophische Erkundungen*. Paderborn: Fink.
- Lemke, Harald (2015). Darf es Fleisch sein? In: Hirschfelder, Gunther; Ploeger, Angelika; Rückert-John, Jana & Schönberger, Gesa (Hg.). *Was der Mensch essen darf. Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*, 49–61. Wiesbaden: Springer.
- Lobstädt, Tobias (2011). *Tätowierung, Narzissmus und Theatralität. Selbstwertgewinn durch die Gestaltung des Körpers*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lorenz, Maren (2020). Optimierung als ästhetisiertes und naturalisiertes Ideal. *Einige historische Bemerkungen zum Konnex zwischen Zucht und ‚Selbstzucht‘*. *Zeitschrift für Pädagogik* (1), 56–63.
- Loughnan, Steve; Bastian, Brock & Haslam, Nick (2014). The Psychology of Eating Animals. *Current Directions in Psychological Science*, 23 (2), 104–108.
- Lüdeker, Gerhard J. (2012). Identitäten als virtuelles Selbstverwirklichungsprogramm: Zu den autobiografischen Konstruktionen auf Facebook. In: Nünning, Ansgar (Hg.). *Narrative Genres im Internet. Theoretische Bezugsrahmen, Mediengattungstypologie und Funktionen*, 133–150. Trier: WVT.
- Luhmann, Niklas (2016). *Die Moral der Gesellschaft*. 4. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Marwick, Alice E. (2014). Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy. *Public Culture*, 27 (1 75), 137–160.
- Massmünster, Michel (2014). Sich selbst in den Text schreiben. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 522–538. Bern: Haupt.
- Mathys, Nora (2014). Seriell-vergleichende Fotoanalyse. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 223–240. Bern: Haupt.
- Matter, Max (1991). Aspekte volkskundlicher Nahrungsforschung. In: Burkhart, Dagmar (Hg.). *Körper, Essen und Trinken im Kulturverständnis der Balkanvölker*, 15–23. Wiesbaden: Harrassowitz.
- Mauss, Marcel (1985). A Category of the Human Mind: The Notion of Person; The Notion of Self. In: Carrithers, Michael; Collins, Steven & Lukes, Steven (Hg.). *The Category of the Person: Anthropology, Philosophy, History*, 1–25. Cambridge: Cambridge Univ. Press.

- Mead, George H. (1973). *Geist, Identität und Gesellschaft. Aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mellinger, Nan (2000). *Fleisch. Ursprung und Wandel einer Lust. Eine kulturanthropologische Studie*. Frankfurt am Main: Campus.
- Merleau-Ponty, Maurice (1966). *Phänomenologie der Wahrnehmung*. Berlin: de Gruyter.
- Merta, Sabine (2008). *Schlank! Ein Körperkult der Moderne*. Stuttgart: Steiner.
- Meyer, Silke (2010). Helden des Alltags. Von der Transformation des Besonderen. In: Schinkel, Eckhard (Hg.). *Die Helden-Maschine. Zur Aktualität und Tradition von Heldenbildern*. Beiträge zur Tagung im LWL-Industriemuseum 24.9.-26.9.2008, 28–40. Essen: Klartext.
- Meyer, Silke (2014). Was heißt Erzählen? *Die Narrationsanalyse als hermeneutische Methode der Europäischen Ethnologie*, 110 (2), 243–267.
- Meyer, Silke (2017). *Das verschuldete Selbst. Narrativer Umgang mit Privatinsolvenz*. Frankfurt am Main, New York: Campus.
- Meyer, Silke (2020). Narrativität. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 323–350. Münster, New York: Waxmann.
- Meyer-Renschhausen, Elisabeth & Wirz, Albert (2002). *Der Streit um den heißen Brei. Zu Ökologie und Geschlecht einer Kulturanthropologie der Ernährung*. Herbolzheim: Centaurus.
- Miller, Daniel (2012). *Das wilde Netzwerk. Ein ethnologischer Blick auf Facebook*. 2. Auflage. Berlin: Suhrkamp.
- Miller, Daniel (2016). *How the world changed social media*. London: UCL Press.
- Mixa, Elisabeth (2016). I feel good! Über Paradoxien des Wohlfühl-Imperativs im Wellness-Diskurs. In: Mixa, Elisabeth; Pritz, Sarah M.; Tumeltshammer, Markus & Greco, Monica (Hg.). *Un-Wohl-Gefühle. Eine Kultur-analyse gegenwärtiger Befindlichkeiten*, 95–129. Bielefeld: Transcript.
- Moser, Gerda E. (2017). Anything goes? Illusion und Realität (post)moderner Identitätskonstruktionen in Gesellschaft, Philosophie, Literatur und Konsum. In: Mitterer, Nicola; Auernig, Marlon & Hudelist, Andreas (Hg.). *IchErzählungen. Narrative Identitäts/De/Konstruktionen*, 158–167. Innsbruck: Studien.
- Müller, Silke (2017). Foto-Safari. Visuelle Artefakte einer Urlaubsreise mit Erklärungskraft? In: Ziehe, Irene & Hägele, Ulrich (Hg.). *Eine Fotografie. Über die transdisziplinären Möglichkeiten der Bildforschung*, 181–196. Münster, New York: Waxmann.
- Näser, Torsten (2008). Authentizität 2.0 – Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach ‚Echtheit‘ im Videoportal YouTube. *Kommunikation@gesellschaft*, 9.
- Neckel, Sighard (2018). Ökologische Distinktion. Soziale Grenzziehung im Zeichen von Nachhaltigkeit. In: Neckel, Sighard; Boddenberg, Moritz; Besedovsky, Natalia; Pritz, Sarah M. & Wiegand, Timo (Hg.). *Die Gesellschaft der Nachhaltigkeit. Umriss eines Forschungsprogramms*, 59–76. Bielefeld: Transcript.
- Neumann-Braun, Klaus & Autenrieth, Ulla (Hg.) (2011). *Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co*. Baden-Baden: Nomos.
- Nickerson, Raymond S. (1998). Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*, 2 (2), 175–220.
- Niem, Christina (2020). „Ohne Schiri habt ihr keine Chance!“ Erzählen über Verschwörungen im Fußball. In: Frizzoni, Brigitte (Hg.). *Verschwörungserzählungen*, 175–187. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Nimführ, Sarah (2020). Liminalität. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 270–293. Münster, New York: Waxmann.
- Nünning, Ansgar (2013). Wie Erzählungen Kulturen erzeugen. Prämissen, Konzepte und Perspektiven für eine kulturwissenschaftliche Narratologie. In: Strohmaier, Alexandra (Hg.). *Kultur - Wissen - Narration. Perspektiven transdisziplinärer Erzählforschung für die Kulturwissenschaften*, 15–54. Bielefeld: Transcript.
- Nünning, Ansgar & Rupp, Jan (2012). ‚The Internet‘’s New Storytellers‘: Merkmale, Typologien und Funktionen narrativer Genres im Internet aus gattungstheoretischer, narratologischer und medienkulturwissenschaftlicher Sicht. In: Nünning, Ansgar (Hg.). *Narrative Genres im Internet. Theoretische Bezugsrahmen, Mediengattungstypologie und Funktionen*, 3–50. Trier: WVT.
- Nünning, Vera; Nünning, Ansgar & Bauder-Begerow, Irina (Hg.) (2010). *Methoden der literatur- und kulturwissenschaftlichen Textanalyse. Ansätze - Grundlagen - Modellanalysen*. Stuttgart, Weimar: Metzler.
- Ohly, Lukas & Wellhöfer, Catharina (2016). *Ethik im Cyberspace*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

- Ott, Christine (2017). *Identität geht durch den Magen. Mythen der Esskultur*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Ott, Konrad; Dierks, Jan & Voget-Kleschin, Lieske (Hg.) (2016). *Handbuch Umweltethik*. Stuttgart: Metzler.
- Pariser, Eli (2012). *Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden*. München: Carl Hanser.
- Petrus, Klaus (2018). Rechte-Ansatz. In: Ach, Johann S. & Borchers, Dagmar (Hg.). *Handbuch Tierethik. Grundlagen - Kontexte - Perspektiven*, 83–88. Stuttgart: Metzler.
- Ploder, Andrea & Stadlbauer, Johanna (2013). Autoethnographie und Volkskunde? *Zur Relevanz wissenschaftlicher Selbsterzählungen für die volkskundlich-kulturanthropologische Forschungspraxis*. *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde*, 116 (3-4), 373–404.
- Poehls, Kerstin (2020). Materialität. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 294–322. Münster, New York: Waxmann.
- Pörksen, Bernhard (2018). *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*. München: Carl Hanser.
- Pörksen, Bernhard & Detel, Hanne (2012). *Der entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter*. Köln: Halem.
- Posner, Roland & Wilk, Nicole M. (2008). Kulinaristik und Kultursemiotik. In: Wierlacher, Alois & Bendix, Regina (Hg.). *Kulinaristik. Forschung - Lehre - Praxis*, 19–34. Berlin: LIT.
- Prahl, Hans-Werner & Setzwein, Monika (1999). *Soziologie der Ernährung*. Wiesbaden: Springer.
- Precht, Richard D. (2016). *Tiere denken. Vom Recht der Tiere und den Grenzen des Menschen*. 2. Auflage. München: Goldmann.
- Prisching, Manfred (2009). *Das Selbst, die Maske, der Bluff. Über die Inszenierung der eigenen Person*. Wien: Molden.
- Pulz, Waltraud & Zamboni, Chiara (2014). Nichtessen als politisches Handeln. Not-Eating as Political Action. In: Bendix, Regina & Fenske, Michaela (Hg.). *Politische Mahlzeiten. Political meals*, 123–138. Berlin: LIT.
- Puschmann, Cornelius & Heyd, Theresa (2012). #narrative: Formen des persönlichen Erzählens bei Twitter. In: Nünning, Ansgar (Hg.). *Narrative Genres im Internet. Theoretische Bezugsrahmen, Mediengattungstypologie und Funktionen*, 171–191. Trier: WVT.
- Raile, Paolo & Rieken, Bernd (2021). *Eco Anxiety – die Angst vor dem Klimawandel. Psychotherapiewissenschaftliche und ethnologische Zugänge*. Münster: Waxmann.
- Ranke, Kurt (1967). Kategorienprobleme der Volksprosa. *Fabula. Zeitschrift für Erzählforschung*, 9 (1-3), 4–12.
- Rasche, Gerhard (2002). Der Mensch, das erzählende Lebewesen. In: Gerndt, Helge & Wardetzky, Kristin (Hg.). *Die Kunst des Erzählens. Festschrift für Walter Scherf*, 106–109. Potsdam: Verlag für Berlin-Brandenburg.
- Rau, Jan P. & Stier, Sebastian (2019). Die Echokammer-Hypothese: Fragmentierung der Öffentlichkeit und politische Polarisierung durch digitale Medien? *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft*, 13 (3), 399–417.
- Reckwitz, Andreas (2018). *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*. 5. Auflage. Berlin: Suhrkamp.
- Reckwitz, Andreas (2020). *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Regan, Tom (1983). *The case for animal rights*. Berkeley, Los Angeles: University of California.
- Reichert, Ramon (2017). Branded Selves. Inszenierung von Reichtum und Prestige auf Instagram. In: Sonvilla-Weiss, Stefan (Hg.). *VIS A VIS Medien. Kunst. Bildung. Lebenswirklichkeiten und kreative Potentiale der Digital Natives*, 85–104. Berlin, Boston: de Gruyter.
- Reichert, Ramón (2008a). *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. Bielefeld: Transcript.
- Reichert, Ramón (2008b). Das narrative Selbst. Erzählökonomie im Web 2.0. In: Gächter, Yvonne & Engel, Christine (Hg.). *Erzählen - Reflexionen im Zeitalter der Digitalisierung. Storytelling - reflections in the age of digitalization*, 202–226. Innsbruck: IUP Innsbruck Univ. Press.
- Reichert, Ramón (2013). ‚Biograficarbeit‘ und ‚Selbstaussagen‘ in den Sozialen Medien des Web 2.0. In: Strohmaier, Alexandra (Hg.). *Kultur - Wissen - Narration. Perspektiven transdisziplinärer Erzählforschung für die Kulturwissenschaften*, 511–535. Bielefeld: Transcript.
- Reinhardt, Jan D. (2006). *Identität, Kommunikation und Massenmedien*. Würzburg: Ergon.

- Rheingold, Howard (1994). *Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn: Addison-Wesley.
- Richard, Birgit; Grünwald, Jan & Ruhl, Alexander (2008). Me, Myself, I: Schönheit des Gewöhnlichen. Eine Studie zu den fluiden ikonischen Kommunikationswelten bei flickr. In: Maase, Kaspar (Hg.). *Die Schönheiten des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart*, 114–132. Frankfurt am Main: Campus.
- Richter, Isabel (2013). Das Selbst als transdisziplinäres Konzept. In: Regener, Susanne & Köppert, Katrin (Hg.). *Privat/öffentlich. Mediale Selbstentwürfe von Homosexualität*, 19–40. Wien: Turia + Kant.
- Röcke, Anja (2017). (Selbst)Optimierung. *Eine soziologische Bestandsaufnahme. Berliner Journal für Soziologie*, 27 (2), 319–335.
- Röhrich, Lutz (1992). Essen. In: Röhrich, Lutz (Hg.). *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*, Spalte 1385–1386. Freiburg: Herder.
- Rolshoven, Johanna (2018). Helden 2.0. Zur Einleitung. In: Rolshoven, Johanna; Krause, Toni J. & Winkler, Justin (Hg.). *Heroes - Repräsentationen des Heroischen in Geschichte, Literatur und Alltag*, 11–20. Bielefeld: Transcript.
- Rolshoven, Johanna & Winkler, Justin (2018). Helden, Widerstand und Alltag. Die französische Résistance im Zweiten Weltkrieg. In: Rolshoven, Johanna; Krause, Toni J. & Winkler, Justin (Hg.). *Heroes - Repräsentationen des Heroischen in Geschichte, Literatur und Alltag*, 219–245. Bielefeld: Transcript.
- Rommerskirchen, Jan (Hg.) (2020). *Die neue Macht der Konsumenten*. Wiesbaden: Springer.
- Rosa, Hartmut (2016). *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Berlin: Suhrkamp.
- Rosa, Hartmut (2020). Resonanz. In: Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.). *Stichworte zur Zeit. Ein Glossar*, 241–248. Bielefeld: Transcript.
- Roth, Michael (2011). *Willensfreiheit? Ein theologischer Essay zu Schuld und Sünde, Selbstgerechtigkeit und Skeptischer Ethik*. Rheinbach: CMZ.
- Roth, Michael (2015). Selbstformung und Selbstoptimierung. Selbstkritische Überlegungen zum ‚Tanz‘ um das eigene Selbst. In: Conrad, Ruth & Kipke, Roland (Hg.). *Selbstformung. Beiträge zur Aufklärung einer menschlichen Praxis*, 277–287. Münster: Mentis.
- Roth, Michael (2017). *Warum wir Moralapostel nicht mögen und das Moralisieren verabscheuen. Zur Lebensferne der Ethik*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Rückert-John, Jana & Kröger, Melanie (2019). *Fleisch. Vom Wohlstandssymbol zur Gefahr für die Zukunft*. Baden-Baden: Nomos.
- Rudtke, Tanja (2014). *Kulinarische Lektüren. Vom Essen und Trinken in der Literatur*. Bielefeld: Transcript.
- Ryder, Richard D. (2011). *Speciesism, Painism and Happiness. A Morality for the Twenty-First Century*. Luton: Andrews UK.
- Schade, Sigrid & Wenk, Silke (2011). *Studien zur visuellen Kultur. Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld*. Bielefeld: Transcript.
- Schändlinger, Robert (2006). Visuelle Ethnographie. In: Ayaß, Ruth & Bergmann, Jörg (Hg.). *Qualitative Methoden der Medienforschung*, 350–388. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Schapp, Wilhelm (1953). *In Geschichten verstrickt. Zum Sein von Mensch und Ding*. Hamburg: Klostermann.
- Scheer, Monique (2016). Emotionspraktiken: Wie man über das Tun an die Gefühle herankommt. In: Beitzl, Matthias & Schneider, Ingo (Hg.). *Emotional Turn?! Europäisch ethnologische Zugänge zu Gefühlen & Gefühlswelten*, 15–22. Wien: Selbstverlag des Vereins für Volkskunde.
- Schmidt, Jan; Schönberger, Klaus & Stegbauer, Christian (2005). Erkundungen von Weblog-Nutzungen. *Kommunikation@gesellschaft*, 6, 1–20.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2015). Linked. Vom Individuum zur Netzgemeinschaft. In: Stiegler, Christian; Breitenbach, Patrick & Zorbach, Thomas (Hg.). *New Media Culture: Mediale Phänomene der Netzkultur*, 83–95. Bielefeld: Transcript.
- Schmidt, Petra (2021). »Wir haben auch mal Milke gemacht«. Verhandlungen von ›Vertrauen‹ und Kommerz am Beispiel von Mütterbloggerinnen. In: Koch, Gertraud; Moser, Johannes; Hansen, Lara & Mallon, Stefanie (Hg.). *Welt. Wissen. Gestalten. 42. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Hamburg 2019*. Sonderband des Hamburger Journals für Kulturanthropologie, 406–416. Hamburg: Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie.

- Schmidt-Lauber, Brigitta (2007). Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: Götsch-Elten, Silke & Lehmann, Albrecht (Hg.). *Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie*, 169–188. 2. Auflage. Berlin: Reimer.
- Schmitt, Lars (2012). Georg Simmel: »Der Streit« (1908) Konflikt als Form sozialer Wechselwirkungen. *Konfliktodynamik*, 1 (1), 82–83.
- Schneider, Alexandra (2004). *Die Stars sind wir. Heimkino als filmische Praxis*. Marburg: Schüren.
- Schneider, Ingo (2009). Über das multidisziplinäre Interesse am Erzählen und die Vielfalt der Erzähltheorien. Zwei oder drei Konjunkturen? In: Brednich, Rolf W. (Hg.). *Erzählkultur. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Erzählforschung.*, 3–13. Berlin: Walter de Gruyter.
- Schneider, Ingo (2017). Alltag. In: Martínez, Matías (Hg.). *Erzählen. Ein interdisziplinäres Handbuch*, 116–121. Stuttgart: Metzler.
- Schneidewind, Uwe (2018). *Die große Transformation. Eine Einführung in die Kunst gesellschaftlichen Wandels*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Schnorrenberg, Jan (2013). Privatheit in digitalisierten Zeiten. *Berliner Blätter. Ethnographische und ethnologische Beiträge* (64), 106–116.
- Schobin, Janosch (2016). Mediatisierung der Freundschaft. In: Schobin, Janosch; Leuschner, Vincenz; Flick, Sabine; Alleweldt, Erika; Heuser, Eric A. & Brandt, Agnes (Hg.). *Freundschaft heute. Eine Einführung in die Freundschaftssoziologie*, 169–184. Bielefeld: Transcript.
- Schönberger, Klaus (2006). Online/offline – Persistenz – Auflösung – Rekombination. Alte und neue Grenzen und Differenzen in der Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechnik. Ein Überblick zum Forschungsstand in der kulturwissenschaftlichen Internetforschung. In: Hengartner, Thomas & Moser, Johannes (Hg.). *Grenzen & Differenzen. Zur Macht sozialer und kultureller Grenzziehungen*. 35. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde, 627–637. Leipzig: Leipziger Univ. Press.
- Schönberger, Klaus (2009). Doing Gender, kulturelles Kapital und Praktiken des Bloggens. In: Simon, Michael (Hg.). *Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags*. 36. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Mainz vom 23. bis 26. September 2007, 378–386. Münster, New York: Waxmann.
- Schönberger, Klaus (2015a). Persistenz und Rekombination. *Digitale Kommunikation und soziokultureller Wandel. Zeitschrift für Volkskunde*, 111 (2), 201–2013.
- Schönberger, Klaus (2015b). Protest! Von der Koordination zum Projekt? Thesen zum Wandel der Vergesellschaftung und Assoziierung in sozialen Bewegungen sowie zur Artikulation des Politischen im kognitiven Kapitalismus. In: Lämmle, Kathrin; Balint, Iuditha & Dingeldein, Hannah (Hg.). *Protest, Empörung, Widerstand. Zur Analyse von Auflehnungsbewegungen*, 19–30. Köln: Halem.
- Schönberger, Klaus (2017). „But first, LET ME TAKE A SELFIE.“ Oder eine neue Art sich selbst zu betrachten und sich mit anderen zu unterhalten? In: Braun, Karl; Dieterich, Claus-Marco; Hengartner, Thomas & Tschofen, Bernhard (Hg.). *Kulturen der Sinne. Zugänge zur Sensualität der sozialen Welt*, 37–53. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Schönberger, Klaus & Sutter, Ove (2009). Kommt herunter, reiht euch ein... Zur Form des Protesthandelns sozialer Bewegungen. In: Schönberger, Klaus & Sutter, Ove (Hg.). *Kommt herunter, reiht euch ein. Eine kleine Geschichte der Protestformen sozialer Bewegungen*, 7–29. Berlin: Assoziation A.
- Schönpflug, Ute (2017). Selbst. In: Ritter, Joachim; Gründer, Karlfried & Gabriel, Gottfried (Hg.). *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*. Basel: Schwabe.
- Schopenhauer, Arthur (1977). *Über die Grundlage der Moral*. Hamburg: Felix Meiner Verlag.
- Schriewer, Klaus (2014). Deuten und Verstehen lebensgeschichtlicher Quellen. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 385–400. Bern: Haupt.
- Schroer, Markus (2006). Selbstthematizierung. Von der (Er-)Findung des Selbst und der Suche nach Aufmerksamkeit. In: Burkart, Günter (Hg.). *Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematizierung?* 41–72. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schröer, Marie (2020). Foodporn. Ein Kurztrip in die sozialen Medien. In: Nassehi, Armin & Felixberger, Peter (Hg.). *Essen fassen!*, 33–52. Hamburg: Kursbuch.

- Schuegraf, Martina & Janssen, Anna (2005). Webformat-Analyse. In: Mikos, Lothar & Wegener, Claudia (Hg.). *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*, 555–561. Konstanz: UVK.
- Schüle, Annabelle (2015). Kommunikation per Momentaufnahme - Über den alltäglichen Gebrauch von Fotografien in Sofornachrichtendiensten. *Zeitschrift für Volkskunde in Rheinland-Pfalz: Informationen* (30), 85–100.
- Schwibbe, Gudrun (2013a). *Erzählungen vom Anderssein. Linksterrorismus und Alterität*. Münster: Waxmann.
- Schwibbe, Gudrun (2013b). „Schlimmer als auszusteigen ist langsam in der RAF zu zerbrechen.“. *Narrative Identitäts- und Alteritätskonstruktionen von ehemaligen Mitgliedern linksterroristischer Gruppierungen*. *Zeitschrift für Volkskunde* (1), 55–75.
- Simmel, Georg (1908). *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Simon, Michael (2008). ‚Alltag‘ als Perspektive kulturwissenschaftlicher Forschung. Mit einem Beispiel zur kontrastiven ‚Ursologie‘. In: Gipper, Andreas & Klengel, Susanne (Hg.). *Kultur, Übersetzung, Lebenswelten. Beiträge zu aktuellen Paradigmen der Kulturwissenschaften*, 259–278. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Simon, Michael (2015a). Ethnologische Anmerkungen zur Bernd Rieken's „Gespräch mit Einheimischen“ in Galtür. In: Rieken, Bernd (Hg.). *Wie bewältigt man das Unfassbare? Interdisziplinäre Zugänge am Beispiel der Lawinenkatastrophe von Galtür*, 93–105. Münster: Waxmann.
- Simon, Michael (2015b). Schamanen in der Eifel - eine literaturanthropologische Spurensuche. In: Uhlig, Mirko; Lefeldt, Johanne & Simon, Michael (Hg.). *Sinnentwürfe in prekären Lebenslagen. Interdisziplinäre Blicke auf heterodoxe Phänomene des Heilens und ihre Funktionen im Alltag*, 53–65. Münster: Waxmann.
- Simon, Michael (Hg.) (2020). *Audiovisionen des Alltags. Quellenwert und mediale Weiternutzung*. Münster, New York: Waxmann.
- Singer, Peter (1982). *Befreiung der Tiere. Eine neue Ethik zur Behandlung der Tiere*. München: Hirthammer.
- Singer, Peter (1996 (engl. 1975)). *Animal liberation. Die Befreiung der Tiere*. Hamburg: Rowohlt.
- Spencer, Colin (2016). *Vegetarianism. A History*. Havertown: Grub Street.
- Spiekermann, Uwe (2004). Exkurs: Von Ernährungszielen zu Leitbildern für den Alltag - Rückfragen aus kulturwissenschaftlicher Perspektive. In: Hayn, Doris & Empacher, Claudia (Hg.). *Ernährung anders gestalten - Leitbilder für eine Ernährungswende*, 18–25. München: Oekom.
- Steen, Pamela (2018). „Tiere sind die besseren Menschen“. Moralisierung im Web 2.0 aus tierlinguistischer Perspektive. In: Hayer, Björn & Schröder, Klarissa (Hg.). *Tierethik transdisziplinär. Literatur - Kultur - Didaktik*, 191–210. Bielefeld: Transcript.
- Stoff, Heiko (2015). *Gift in der Nahrung. Zur Genese der Verbraucherpolitik Mitte des 20. Jahrhunderts*. Stuttgart: Franz Steiner.
- Straub, Jürgen (2013). Kann ich mich selbst erzählen – und dabei erkennen? Prinzipien und Perspektiven einer Psychologie des Homo narrator. In: Strohmaier, Alexandra (Hg.). *Kultur - Wissen - Narration. Perspektiven transdisziplinärer Erzählforschung für die Kulturwissenschaften*, 75–144. Bielefeld: Transcript.
- Straub, Jürgen & Ruppel, Paul S. (2017). Vegan und kerosinfrei. *Eine moralische Subjektivierungsform im 21. Jahrhundert. Einführung in den Themenschwerpunkt. Psychosozial*, 40 (148), 5–31.
- Stürmer, Stefan (2016). *Sozialpsychologie*. München, Stuttgart: Reinhardt; UTB.
- Sunstein, Cass R. (2001). *Echo chambers. Bush v. Gore, impeachment, and beyond*. Princeton, N.J.: Princeton Univ. Press.
- Sutter, Ove (2013). *Erzählte Prekarität. Autobiographische Verhandlungen von Arbeit und Leben im Postfordismus*. Frankfurt am Main: Campus.
- Tauschek, Markus (2019). Konkurrenz narrative. Zur Erfahrung und Deutung kompetitiver Konstellationen. In: Bürkert, Karin; Engel, Alexander & Heimerdinger, Timo (Hg.). *Auf den Spuren der Konkurrenz. Kultur- und sozialwissenschaftliche Perspektiven*, 87–101. Münster, New York: Waxmann.
- Taylor, Charles (1994). *Sources of the self. The making of the modern identity*. 7. Auflage. Cambridge: Harvard Univ. Press.
- Taylor, T. L. (2004). The social design of virtual worlds. *Constructing the user and community through code. Internet Research Annual*, 260–267.

- Teuteberg, Hans J. (1994). Zur Sozialgeschichte des Vegetarismus. *VSWG: Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, 81, 33–65.
- Teuteberg, Hans J. (2008). Kulturhistorische Ernährungsforschungen. *Ziele, Theorien und Methoden seit dem 19. Jahrhundert*, 17–45.
- Teuteberg, Hans J. & Wiegelmann, Günter (Hg.) (1986). *Unsere tägliche Kost. Geschichte und regionale Prägung*. 2. Auflage. Münster: Coppenrath.
- Thiemeyer, Thomas (2020). Inszenierung. In: Heimerdinger, Timo & Tauschek, Markus (Hg.). *Kulturtheoretisch argumentieren. Ein Arbeitsbuch*, 185–205. Münster, New York: Waxmann.
- Thrun, Rebecca (2020). Jenseits des guten Geschmacks? *Veganisierung im Alltag*. *Journal für Psychologie*, 28 (2), 147–170.
- Tolksdorf, Ulrich (2001). Nahrungsforschung. In: Brednich, Rolf W. (Hg.). *Grundriss der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der europäischen Ethnologie*, 239–154. 3. Auflage. Berlin: Reimer.
- Tophinke, Doris (2009). Wirklichkeitserzählungen im Internet. In: Klein, Christian & Martínez, Matías (Hg.). *Wirklichkeitserzählungen. Felder, Formen und Funktionen nicht-literarischen Erzählens*, 245–274. Stuttgart: Metzler.
- Tophinke, Doris (2017). Internet. In: Martínez, Matías (Hg.). *Erzählen. Ein interdisziplinäres Handbuch*, 70–75. Stuttgart: Metzler.
- Treitel, Corinna (2017). *Eating nature in modern Germany. Food, agriculture, and environment, c.1870 to 2000*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Trummer, Manuel (2015). Die kulturellen Schranken des Gewissens. Fleischkonsum zwischen Tradition, Lebensstil und Ernährungswissen. In: Hirschfelder, Gunther; Ploeger, Angelika; Rückert-John, Jana & Schönberger, Gesa (Hg.). *Was der Mensch essen darf. Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*, 63–79. Wiesbaden: Springer.
- Tschuggmall, Veronika (2015). Magst du Kutteln? Über Ekel und Genuss beim Essen. In: Heimerdinger, Timo (Hg.). *Igitt. Ekel als Kultur*, 43–59. Innsbruck: Innsbruck Univ. Press.
- Turkle, Sherry (1998). *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Turkle, Sherry & Stefanidis, Joannis (2012). *Verloren unter 100 Freunden. Wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern*. München: Riemann.
- Turner, Victor W. (1974). Liminal to Liminoid, in Play, Flow, and Ritual: An Essay in Comparative Symbolology. *Rice Institute Pamphlet - Rice University Studies*, 60 (3), 53–92.
- Turner, Victor W. (1998). Liminalität und Communitas. In: Belliger, Andréa & Krieger, David J. (Hg.). *Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch*, 251–262. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Uhlig, Mirko (2015). Trübe, dunkle Monde? - Feldnotizen und Überlegungen zu gegenwartsschamanischen „Ratgeber“ in der Eifel. In: Uhlig, Mirko; Lefeldt, Johanne & Simon, Michael (Hg.). *Sinnentwürfe in prekären Lebenslagen. Interdisziplinäre Blicke auf heterodoxe Phänomene des Heilens und ihre Funktionen im Alltag*, 67–87. Münster: Waxmann.
- Uhlig, Mirko (2016). *Schamanische Sinnentwürfe?* Münster, New York: Waxmann.
- Ullrich, Wolfgang (2017). *Wahre Meisterwerte. Stilkritik einer neuen Bekenntniskultur*. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach.
- Ulmer, Renate (2001). Ernährungsreform und Vegetarismus. In: Buchholz, Kai; Latocha, Rita; Peckmann, Hilke & Wolbert, Klaus (Hg.). *Die Lebensreform. Entwürfe zur Neugestaltung von Leben und Kunst um 1900*, 529–530. Darmstadt: Häusser.
- van Gennep, Arnold (1986). *Übergangsriten*. Frankfurt am Main: Campus.
- Veiz, Brigitte (2015). *Die Rainbow Family*. Gießen: Psychosozial.
- Vetlesen, Arne J. (2008). Freundschaft in der Ära des Individualismus. In: Honneth, Axel (Hg.). *Von Person zu Person. Zur Moralität persönlicher Beziehungen*, 168–207. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Vogelgesang, Waldemar (2014). Digitale Medien – Jugendkulturen – Identität. In: Hugger, Kai-Uwe (Hg.). *Digitale Jugendkulturen*, 137–154. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer.
- Voss, Ehler (2011). *Mediales Heilen in Deutschland. Eine Ethnographie*. Berlin: Reimer.

- Voswinkel, Stephan (2013). Gekaufte Wertschätzung? Anerkennung durch Konsum. In: Honneth, Axel; Lindemann, Ophelia & Voswinkel, Stephan (Hg.). *Strukturwandel der Anerkennung. Paradoxien sozialer Integration in der Gegenwart*, 121–154. Frankfurt am Main: Campus.
- Voswinkel, Stephan & Lindemann, Ophelia (2013). Einleitung. In: Honneth, Axel; Lindemann, Ophelia & Voswinkel, Stephan (Hg.). *Strukturwandel der Anerkennung. Paradoxien sozialer Integration in der Gegenwart*, 7–16. Frankfurt am Main: Campus.
- Wagner, Elke & Forystarczyk, Nicole (2015). Gute Kopien. *Nutzungspraktiken von Hauling-Videos auf YouTube und die Entstehung moralischer Nischenöffentlichkeiten. Kommunikation@gesellschaft*, 16.
- Waldschmidt, Anne (2004). Normalität. In: Bröckling, Ulrich (Hg.). *Glossar der Gegenwart*, 190–196. 5. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Wedemeyer-Kolwe, Bernd (2017). *Aufbruch. Die Lebensreform in Deutschland*. Darmstadt: Philipp von Zabern.
- Welskopp, Thomas (2013). Anerkennung - Verheißung und Zumutung der Moderne. In: Honneth, Axel; Lindemann, Ophelia & Voswinkel, Stephan (Hg.). *Strukturwandel der Anerkennung. Paradoxien sozialer Integration in der Gegenwart*, 41–73. Frankfurt am Main: Campus.
- Welzer, Harald (2005). *Das kommunikative Gedächtnis. Eine Theorie der Erinnerung*. München: Beck.
- Wiedemann, Caroline (2011). Facebook. Das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung. In: Leistert, Oliver & Röhle, Theo (Hg.). *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*, 161–181. Bielefeld: Transcript.
- Wiedemann, Lisa (2018). Datensätze der Selbstbeobachtung – Daten verkörpern und Leib vergessen!? In: Fröhlich, Gerrit (Hg.). *Medienbasierte Selbsttechnologien 1800, 1900, 2000. Vom narrativen Tagebuch zur digitalen Selbstvermessung*, 65–93. Bielefeld: Transcript.
- Wierlacher, Alois (2008). Oralität und Kulturalität von Geschmack und Genuss. In: Wierlacher, Alois & Bendix, Regina (Hg.). *Kulinaristik. Forschung - Lehre - Praxis*, 157–171. Berlin: LIT.
- Wiesinger, Andreas (2013). Politische Gegenkulturen im Internet: Medienformate, Protestformen und Akteure. In: Heimerdinger, Timo (Hg.). *„Gegenkultur“*, 207–228. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Wietschorke, Jens (2014). Historische Kulturanalyse. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter; Bauernschmidt, Stefan; Bellwald, Werner; Böhler, Fritz; Cohn, Miriam; Dobeneck, Florian von; Eckardt, Sandra; Edinger, Eva-Christina & Egger, Simone (Hg.). *Methoden der Kulturanthropologie*, 160–176. Bern: Haupt.
- Wietschorke, Jens (2019). Does that matter? Überlegungen zur Relevanzfrage in der kulturwissenschaftlichen Forschung. In: Heimerdinger, Timo & Näser-Lather, Marion (Hg.). *Wie kann man nur dazu forschen? Themenpolitik in der Europäischen Ethnologie*, 77–94. Wien: Selbstverlag des Vereins für Volkskunde.
- Wilberg, Bernd (2016). Kritik der kulinarischen Vernunft. In: Klopotek, Felix & Scheiffele, Peter (Hg.). *Zonen der Selbstoptimierung. Berichte aus der Leistungsgesellschaft*, 219–243. Berlin: Matthes & Seitz.
- Wilk, Nicole M. (2011). Snack Talk - Wie (funktionalisierte) Lebensmittel mit uns ‚reden‘. In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 253–268. Wiesbaden: Springer.
- Wilk, Nicole M. (2015). Ethik als ‚Sisyphusarbeit‘ - Zur Kontextualisierung des Tierleids im Mediendiskurs über Geflügelfleisch. In: Hirschfelder, Gunther; Ploeger, Angelika; Rückert-John, Jana & Schönberger, Gesa (Hg.). *Was der Mensch essen darf. Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*, 247–260. Wiesbaden: Springer.
- Winterberg, Lars (2011). Ernährung - Krisen - Zukunft. Aspekte einer politischen Anthropologie des Essens und Trinkens. In: Ploeger, Angelika; Hirschfelder, Gunther & Schönberger, Gesa (Hg.). *Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen*, 89–106. Wiesbaden: Springer.
- Winterberg, Lars (2015). Ernährung und Wissen. Theoretische Annäherung an eine Ethik des Essens und Trinkens. In: Hirschfelder, Gunther; Ploeger, Angelika; Rückert-John, Jana & Schönberger, Gesa (Hg.). *Was der Mensch essen darf. Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*, 19–33. Wiesbaden: Springer.
- Winterberg, Lars (2020). Fragile Ernährungskulturen im Spiegel der Corona-Pandemie. In: Keitel, Christian; Volkmer, Michael & Werner, Karin (Hg.). *Die Corona-Gesellschaft. Analysen zur Lage und Perspektiven für die Zukunft*, 331–337. Bielefeld: Transcript.

- Winterberg, Lars (2021). ›Tracing and Tracking Meat‹ Fleisch als Ressource und Speicher von (Welt-)Wissen. In: Koch, Gertraud; Moser, Johannes; Hansen, Lara & Mallon, Stefanie (Hg.). *Welt. Wissen. Gestalten. 42. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Hamburg 2019*. Sonderband des Hamburger Journals für Kulturanthropologie, 235–246. Hamburg: Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie.
- Wolff, Eberhard (2010). Moderne Diätetik als präventive Selbsttechnologien: Zum Verhältnis heteronomer und autonomer Selbstdisziplinierung zwischen Lebensreformbewegung und heutigem Gesundheitsboom. In: Lengwiler, Martin & Madarász-Lebenhagen, Jeannette (Hg.). *Das präventive Selbst. Eine Kulturgeschichte moderner Gesundheitspolitik*, 169–201. Bielefeld: Transcript.
- Wolff, Eberhard (2016). Perspektiven kulturwissenschaftlicher Gesundheitsforschung. In: Niem, Christina; Schneider, Thomas & Uhlig, Mirko (Hg.). *Erfahren - Benennen - Verstehen. Den Alltag unter die Lupe nehmen*. Festschrift für Michael Simon zum 60. Geburtstag, 439–447. Münster, New York: Waxmann.
- Wolff, Eberhard (2018). «Selbstopтимierung»: Ein Skandaltypus. *UNINOVA: Das Wissenschaftsmagazin der Universität Basel* (132), 58–59.
- Woltersdorff, Volker (2012). Lebenskünstler als Selbstunternehmer: Über gegenwärtige Diskurse zur Ästhetisierung und Ökonomisierung des Selbst. In: Gebauer, Gunter; König, Ekkehard & Volbers, Jörg (Hg.). *Selbst-Reflexionen. Performative Perspektiven*, 179–194. München: Fink.
- Wright, Laura (2015). *The vegan studies project. Food, animals, and gender in the age of terror*. Athen, London: University of Georgia.
- Wulff, Hans J. (2006). Filmanalyse. In: Ayaß, Ruth & Bergmann, Jörg (Hg.). *Qualitative Methoden der Medienforschung*, 220–244. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Yinger, John M. (1984). *Countercultures. The promise and peril of a world turned upside down*. New York, NY: Free Press.
- Zeller, Christoph (2019). *Werte. Geschichte eines Versprechens*. Berlin: Metzler.

8.2 Internetquellen

- Anonymous for the Voiceless (2022). Anonymous for the Voiceless. <https://www.anonymousforthevoiceless.org/> [21.08.2022].
- Berndt, Christina (2022). Tierwohl, Vegetarier und Veganer: Wer Tiere liebt, sollte sie essen. <https://www.sueddeutsche.de/leben/veganismus-tierethik-vegetarier-schweisfurth-veganer-tierwohl-tiere-essen-ernaehrung-1.5569879> [22.05.2022].
- BMEL (2021). Ernährung - Deutschland, wie es isst - der BMEL-Ernährungsreport 2021. <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsreport2021.html> [10.07.2022].
- BMEL (2022). Deutschland, wie es isst – Der BMEL-Ernährungsreport 2022. https://www.bmel.de/Shared-Docs/Downloads/DE/Broschueren/ernaehrungsreport-2022.pdf?__blob=publicationFile&v=9 [07.04.2023].
- Der Spiegel (04.08.2018). Missionarische Veganer: Der Irrglaube. *der Spiegel*.
- DGE (2020a). Vegan essen - klug kombinieren und ergänzen. <https://www.dge-medienservice.de/media/productattach/File-1523013756.pdf> [31.08.2021].
- DGE (2020b). Vegane Ernährung. Position der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE). https://www.ernaehrungs-umschau.de/fileadmin/Ernaehrungs-Umschau/pdfs/pdf_2020/09_20/64_72_Sonderheft_2020_DGE_Vegane_Position.pdf [21.05.2023].
- DGE (2022). Gut für die Gesundheit: Viel Gemüse und Obst, weniger Fleisch. <https://www.dge.de/presse/pm/gut-fuer-die-gesundheit-viel-gemuese-und-obst-weniger-fleisch/> [10.07.2022].
- Deutsches Tierschutzbüro (2021). Fleisch zu 97 % aus Massentierhaltung. <https://www.tierschutzbueuro.de/anteil-massentierhaltung/> [02.09.2022].
- Die Zeit (2020). Jonathan Safran Foer: „Fleisch bedeutet Tod“. <https://www.zeit.de/gesellschaft/2020-02/jonathan-safran-foer-klimawandel-fleischkonsum-vegan> [13. Mai 2021].
- Heinrich-Böll-Stiftung (2021). Fleischatlas 2021. Jugend, Klima und Ernährung. <https://www.boell.de/de/de/fleischatlas-2021-jugend-klima-ernaehrung> [15.02.2021].

- Lindner, Roland (2012). Facebook kauft Fotodienst Instagram. <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/milliardenneubehaltung-facebook-kauft-fotodienst-instagram-11712630.html> [05.09.2018].
- National Public Radio (2017). Instagram: Kevin Systrom und Mike Krieger. <https://www.npr.org/podcasts/510313/how-i-built-this> [19.11.2017].
- Park, Menlo (2012). Facebook kauft endgültig Fotodienst Instagram. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/millionen-deal-facebook-kauft-endgueltig-fotodienst-instagram/7104578.html?ticket=ST-3912157-RBcTkV3kpLldaj73Tzn-ap3> [05.09.2018].
- PETA (2020). Der „Stärkste Mann Deutschlands“: Ein Pflanzenfresser. <https://www.peta.de/prominente/baboumian/> [18.06.2021].
- PETA (2020). Nahrungsergänzungsmittel bei „Nutztieren“ – Vitamin B12. <https://www.peta.de/neuigkeiten/b12-nutztiere/> [08.01.2022].
- PETA (2022a). Qualzucht in der Massentierhaltung. <https://www.peta.de/themen/qualzucht/> [10.07.2022].
- PETA (2022b). Die schlimmsten Lebensmittelskandale in Deutschland. <https://www.peta.de/themen/skandalchronik/> [10.07.2022].
- PETA ZWEI (2021). <https://www.instagram.com/p/CKi8Y6TKbrs/> [27.01.2021].
- ProVeg (2022). Vegan-Trend: Zahlen und Fakten zum Veggie-Markt. <https://proveg.com/de/pflanzlicher-lebensstil/vegan-trend-zahlen-und-fakten-zum-veggie-markt/> [07.04.2023].
- Quarks (2020). Milch: Macht sie uns krank? <https://www.quarks.de/gesundheit/darum-ist-milch-nicht-giftig/> [10.07.2022].
- Rether, Hagen (2015). Veganer. https://www.youtube.com/watch?v=TK6lQ_Vg5Os&feature=youtu.be [28.09.2018].
- Scheller, Jörg (2019). Selbstverbesserung: Wer sich nicht optimiert, hat sich aufgegeben. <https://www.nzz.ch/feuilleton/selbstverbesserung-wer-sich-nicht-optimiert-hat-sich-aufgegeben-ld.1457304> [23.01.2021].
- Schröer, Marie (2017). „Zeig mir, was Du isst...!“ Funktionen von #foodporn und Semiotik der Speisefotografie. <https://www.uni-potsdam.de/de/romanistik-kimminich/kif/kif-analysen/kif-analyse-foodporn> [21.05.2023].
- Stark, Birgit; Stegmann, Daniel; Magin, Melanie & Jürgens, Pascal (2020). Are Algorithms a Threat to Democracy? The Rise of Intermediaries: A Challenge for Public Discourse. <https://algorithmwatch.org/en/wp-content/uploads/2020/05/Governing-Platforms-communications-study-Stark-May-2020-Algorithm-Watch.pdf> [26.05.2021].
- Statista (2022a). Marktentwicklung von Fleischersatzprodukten nach Produktgruppen bis 2022 | Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1097962/umfrage/marktentwicklung-von-fleischersatzprodukten-nach-produktgruppen/> [15.04.2022].
- Statista (2022b). Fleischkonsum in Deutschland pro Kopf bis 2021 | Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36573/umfrage/pro-kopf-verbrauch-von-fleisch-in-deutschland-seit-2000/> [10.07.2022].
- Veggie World (15.06.2020). Zahlen und Fakten zum veganen Trend in Deutschland. veggieworld.de.
- Wolf, Jean-Claude (2011). Traditioneller Tierschutz, radikaler Tierschutz und der ethische Meliorismus. https://tier-im-fokus.ch/mensch_und_tier/wolf_meliorismus [28.05.2021].
- WWF (2021). Der Amazonas wird verramscht. <https://www.wwf.de/2021/juni/der-amazonas-wird-verramscht> [13.07.2022].

9 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1, Abschnitt 3.2.3 (S. 43): eigene Darstellung der Auswertungsschritte

Virtuelle Erzählungen des Veganseins: Veganer*innen auf Instagram

Im Zentrum der Forschungsarbeit stehen zeitgenössische Selbstverständnisse und Selbsterzählungen von Veganer*innen auf Instagram. Die Arbeit erforscht, welchen Platz der Veganismus im Leben Einzelner haben kann und welche Bedeutung ihm hinsichtlich des jeweiligen Selbstverständnisses zukommt. Hierfür wird – im Gegensatz zu bis dato vorliegenden Forschungsarbeiten zum Thema Veganismus – ein medienethnografischer Zugang mit der Auswertung qualitativer Interviews kombiniert. Die Arbeit fragt deshalb auch spezifisch danach, welche Funktionen das autobiographische Erzählen über das Vegansein auf Instagram für die Akteur*innen erfüllt, und welche Hoffnungen damit verknüpft sind.

Die Ergebnisse zeigen, wie vielschichtig die Motivationen sind, warum Veganer*innen ihre Lebensweise via Instagram präsentieren, sowie die Komplexität des Zusammenhangs zwischen subjektiven Erfahrungen und gesellschaftlichen Erwartungshaltungen. Sowohl die vegane Lebensweise als auch die Plattform Instagram ermöglichen den Befragten, die alltäglich empfundenen Zweifel an der eigenen Handlungsmacht, die auch bei sehr überzeugten Veganer*innen auftreten, abzumildern und dafür ein Gefühl des sinnvollen Lebens zu etablieren – indem sie sich selbst, durch ihr mediales Engagement und ihre vegane Lebensweise als wirksam erleben.

Virtual narratives of being vegan: vegans on Instagram

The research focuses on contemporary self-images and self-expressions of vegans on Instagram. The aim of the study is to explore the role veganism can have in individuals' lives and its significance in terms of their respective self-conceptions. Unlike previous research on veganism, this study utilizes a media ethnographic approach combined with the evaluation of qualitative interviews. It also investigates functions of autobiographical storytelling for vegans on Instagram and thus associated hopes.

The research results show how multifaceted the motivations are, furthermore why vegans show their lifestyle via Instagram, and the complexity of the connection between subjective experiences and social expectations. The analysis reveals that veganism and Instagram enable people to mitigate everyday doubts about their agency and instead establish a sense of meaningful existence, wherein they perceive themselves as self-effective.

Danksagung

Mit aufrichtiger Dankbarkeit möchte ich zuallererst meine Wertschätzung gegenüber meinen Interviewpartner*innen zum Ausdruck bringen. Ohne ihre Bereitschaft, mit mir ihre kostbare Zeit zu verbringen, und das mir entgegengebrachte Vertrauen, wäre meine Forschung schlichtweg nicht umsetzbar gewesen.

Tiefster Dank gebührt ausdrücklich meinem Doktorvater Mirko Uhlig und meinem Zweitkorrektor Michael Simon. Ihre zahlreichen Hinweise und inspirierenden Anregungen haben meine Arbeit nachhaltig bereichert.

Ein großes Dankeschön möchte ich außerdem an das Graduiertenkolleg „Ethnographien des Selbst“ der Johannes Gutenberg-Universität Mainz richten, mitunter für die finanzielle Unterstützung, die mir die Freiheit schenkte, drei Jahre lang meiner Leidenschaft des Forschens intensiv nachgehen zu können. Den anderen Stipendiat*innen, vor allem Loreen und Lisa, danke ich von Herzen für die bereichernden kritischen Diskussionen sowie gemeinsamen Schreib- und Korrekturrunden, und eure Freundschaft. Nicht zuletzt der Austausch über die Herausforderungen unserer Dissertationsprojekte war für mich von großem Wert.

Ebenso großer Dank geht an die engagierten Teilnehmer*innen der Doktorand*innentagungen in Kommern, insbesondere an Jaya: Danke für den regelmäßigen produktiven Austausch und die daraus entstandene Freundschaft.

Auch meinen ehemaligen Kolleg*innen der Uni Mainz im Fach Kulturanthropologie möchte ich meinen Dank aussprechen – für die inspirierenden Gespräche und die unbeschwertere Zeit am Institut. Meinen ehemaligen Student*innen danke ich für ihr anhaltendes Interesse an meinen Lehrveranstaltungen und Forschungsthemen. Es war mir eine große Freude und eine Quelle der Motivation.

Vor allem für die letzte Phase meiner Promotion gebührt ein herzliches Dankeschön allen meinen Kolleg*innen bei der Zentralen Studienberatung der Uni Mainz. Ihr habt mich trotz herausfordernder Endphase mit offenen Armen in eurem Team aufgenommen und mich mit fröhlichen Gesprächen und willkommenen Ablenkungen durch diese Zeit begleitet.

Wie bei jedem guten Schreibprojekt bedarf es kompetenten und zugleich konstruktiven redegierfreudigen Freund*innen: Marius, Vera und Freya, euch danke ich herzlich für eure kritische Lektüre, eure klugen Anmerkungen und euer positives Feedback, die meine Arbeit entscheidend bereichert haben.

Ulli und Felix, euch danke ich speziell für die unzähligen gemeinsamen Stunden in der Bibliothek. Felix, danke an dich für die ausgedehnten Mittagspausen – sie waren unbezahlbar.

Für ihre unerschütterliche Unterstützung, ihr Verständnis und ihr Vertrauen in mich und meine Fähigkeiten gilt auch meiner gesamten Familie tiefster Dank. Ebenso allen meinen treuen Freund*innen, insbesondere Anna, Janina und Magdalena, danke ich von Herzen für ihre jahrelange emotionale Unterstützung, ihren Glauben an mich und ihr Verständnis, wenn ich Verabredungen spontan verschob oder eine Feier zu früh verlassen habe.

Meinen größten Dank widme ich abschließend meinem Lebensgefährten Leander. Ohne seine Geduld, sein Mitgefühl und die Bereitschaft, sich immer wieder meine nervenaufreibenden Gedanken anzuhören und mich mit seinem unerschütterlichen Optimismus aus emotionalen Löchern herauszuziehen, wäre dieser Weg weitaus schwieriger gewesen. Du hast meine gesamte Promotionsphase maßgeblich geprägt und mich immer auf das Licht am Ende des Tunnels verwiesen – dafür danke ich dir von Herzen.

Mainz, im März 2024

Annabelle Schüle

Erklärungen gemäß § 6 der Promotionsordnung

Hiermit erkläre ich, Annabelle Schülein,
dass ich im Fach Kulturanthropologie keine Prüfung an einer Universität oder einer gleichgestellten Hochschule in Deutschland endgültig nicht bestanden habe und mich nicht an einer Universität oder an einer gleichgestellten Hochschule in Deutschland in einem Prüfungsverfahren befinde.

Hiermit erkläre ich, dass die Dissertation selbständig, ohne fremde Hilfe und mit keinen anderen als den darin angegebenen Hilfsmitteln angefertigt wurde, dass die wörtlichen oder dem Inhalt nach aus fremden Arbeiten entnommenen Stellen, Zeichnungen, Skizzen, bildlichen Darstellungen und dergleichen als solche genau kenntlich gemacht sind.

Hiermit erkläre ich, dass von der Ordnung zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis in Forschung und Lehre und zum Verfahren zum Umgang mit wissenschaftlichem Fehlverhalten Kenntnis genommen wurde.

Hiermit erkläre ich, dass keine Hilfe von kommerziellen Promotionsberatern in Anspruch genommen wurde.

Hiermit erkläre ich, dass die Arbeit noch nicht in gleicher oder anderer Form an irgendeiner Stelle als Prüfungsleistung vorgelegt worden ist.

Datum: 29.03.2024

Unterschrift:

