

# Inhaltsverzeichnis

1.	Elektromobilität als User Innovation? Eine Einleitung	13
1.1	Elektromobilisten als Fallstudie zivilgesellschaftlicher Innovationsgenerierung in Gemeinschaften im Kontext des Klimawandels	22
1.2	Gemeinschaft. Eine begriffliche Verortung	30
1.3	Aufbau der Arbeit	34
2.	Wie elektromobile Innovationspraxis rekonstruieren? Das Forschungsdesign	37
2.1	Entwicklung von Forschungsfrage und grundlegendem Studiendesign	38
2.2	Datenerhebung	42
2.2.1	Natürliche Daten im Feld der Elektromobilisten	43
2.2.2	Verdichtete Beschreibungen und Analysen durch teilnehmende Beobachtungen und ethnografische Interviews	46
2.2.3	Vertiefende Einblicke durch episodische Interviews	48
2.2.4	Verdichtung theoretischer Konzepte durch fokussierte Ethnografien	50
2.3	Theoretisches Sampling	51
2.3.1	Phasen der Datenerhebung und -analyse	51
2.3.2	Dimensionen des theoretischen Samplings	53
2.4	Datenauswertung	58
2.4.1	Offenes Kodieren als Schlüsselement	59
2.4.1.1	(Theoretische) Memos schreiben	60
2.4.1.2	Die Methode des ständigen Vergleichens. Der Elektromobilist als Umweltsünder?	60
2.4.2	Axiales Kodieren: Zusammenhänge entdecken	61
2.4.3	Selektives Kodieren als integrativer Schritt	62

3.	Mobilität und Innovation aus praxistheoretischer Sicht. Der theoretische Rahmen	65
3.1	Die Grundidee der praxistheoretischen Perspektive	65
3.1.1	Das Grundkonzept der sozialen Praktik	69
3.1.2	Praktiken als kollektiv vorkommende Aktivitäten	72
3.1.3	Performende und verstehende Körper als Träger von Praktiken	72
3.1.4	Artefakte als Träger von Praktiken	75
3.1.5	Routine, soziale Praktik und Innovation	76
3.1.6	Von der Komplexität der Situation und den Kontexten einer sozialen Praktik	78
3.1.7	Soziale Praktiken differenzieren	80
3.2	Kultur als Verdichtung sozialer Praktiken	84
3.3	Mobilität	86
3.3.1	Automobile Alltagsmobilität als soziologischer Forschungsgegenstand	87
3.3.2	Auseinandersetzungen mit räumlicher Alltagsmobilität aus der Perspektive der Zweiten Moderne	90
3.3.3	Mobilitätskultur	92
3.4	Innovation	95
3.4.1	Die zentralen Charakteristika von Innovation	95
3.4.2	Von der Unterscheidung technisch/sozial zur gesellschaftlichen Innovation	99
4.	Automobilität wird zur dominanten Mobilitätskultur der Moderne	103
4.1	Entwicklung und Durchsetzung des Automobils	103
4.1.1	Die Anfänge des Automobils und seine Widersacher	105
4.1.2	Vom Triumph des Verbrennungsmotors und der Verankerung des Automobils im gesellschaftlichen Mobilitätsalltag	115
4.1.3	Automobilitätskultur als gesellschaftliche Innovation	119

4.2	Das Automobil auf dem Prüfstand: Entwicklungen seit 1966	121
4.2.1	Die Wiederentdeckung des Elektromobils in Kalifornien	122
4.2.2	Elektromobile Entwicklungen in Deutschland seit den 1960er bis in die 1990er Jahre	125
4.2.3	Von der Solarmobilbewegung zur Gemeinschaft der Elektromobilisten	128
4.2.4	Zentrale Entwicklungen in der Elektromobilität in Deutschland seit 2008	130
4.3	Kritik am Verbrenner: Temporäre Krise oder dauerhaft angeklagt?	134
5.	Die elektromobile Gemeinschaft als ideologische Innovationsgemeinschaft	139
5.1	Feldbeschreibung	139
5.1.1	Soziodemografie	140
5.1.2	Die Sozialisation zum Elektromobilisten	145
5.2	Innovationsbezogene und -treibende Aktivitäten	151
5.3	Von der Praxisgemeinschaft zur ideologischen Innovationsgemeinschaft: Ideologie praxistheoretisch formuliert	166
5.3.1	Verteidigung eines Standpunkts absoluter Gewissheit und Universalisierung	174
5.3.2	Interessengebundenheit, Legitimierung und Macht	175
5.3.3	Identitätsstiftend und Motivationen koordinierend	176
5.3.4	Veränderungsrobustheit	177
6.	Die elektromobile Ideologie	181
6.1	Das Elektromobil als Symbol des Wandels und materielle Verkörperung der elektromobilen Ideologie	182
6.2	Von Multireferenzialität und der moralischen Überlegenheit der elektromobilen Ideologie	186
6.2.1	Referenz auf die Wissenschaft	187
6.2.2	Referenz auf die Innovationsgeschichte	189

6.2.3	Referenzen auf Energie und Ökonomie	191
6.2.4	Referenzen auf Politik und Macht	194
6.2.5	Referenz auf Individualität	196
6.3	Von persönlicher Verantwortung und Betroffenheit	197
6.4	Von der Innovations- zur Exnovationsorientierung	202
6.5	Diffusität und Eindeutigkeit der sozialen Innovation	205
6.6	Was ist die elektromobile Ideologie? Zwischenfazit I	207
7.	Ideologische Innovationspraxis	211
7.1	Praktiken der Erzeugung von Rechtfertigungs- und Überzeugungssituationen	213
7.1.1	Die Praktik gezielter öffentlicher Nutzung	214
7.1.2	Das rhetorische Fragen als Einbringen von Beweggründen	216
7.1.3	Das leibliche Positionieren neben den Elektromobilen	218
7.1.4	Präsentation elektromobilen Equipments	221
7.2	Rechtfertigungspraxis	223
7.2.1	Bekunden von Aufrichtigkeit und Glaubwürdigkeit	224
7.2.2	Rhetorische Umdefinition der Elektromobilität zum Hobby	228
7.3	Überzeugungspraxis	230
7.3.1	Individuelle Beratung	231
7.3.2	Die diskursive Herstellung von Normalität	232
7.3.2.1	Die Umkehr der Rechtfertigungsposition	233
7.3.2.2	Szenarien	234
7.3.3	Praktiken der Versinnbildlichung elektromobiler Ideologie	237
7.4	Ideologische Innovationspraxis. Zwischenfazit II	241

8.	Von der elektromobilen Ideologie zur reflexiven Innovationsgesellschaft	247
8.1	Die Antwort auf die Forschungsfrage – Eine Zusammenfassung	247
8.2	Die Elektromobilisten: Um was für eine Innovation handelt es sich nun?	258
8.3	Von Ideologie, Innovation und Gesellschaft hin zur Konstruktion des reflexiven Innovationsakteurs	264
8.3.1	Gedanken zur Anwendbarkeit des Konzepts ideologischer Innovationspraxis auf andere Innovationsphänomene	265
8.3.2	Elektromobilisten als reflexive Innovationsakteur*innen	269
8.4	Ein letztes Fazit in Form eines kleinen Ausblicks	272
	Literaturverzeichnis	275