

# Traditionelle und kommodifizierte Formen sozialer Partizipation

Von Jochen Hirschle und Tuuli-Marja Kleiner<sup>1</sup>

**Zusammenfassung:** Der Beitrag untersucht die Rolle materieller, symbolischer und infrastruktureller Vermittler für die Initiierung und Reproduktion sozialer Beziehungen. Es werden drei Typen sozialer Vermittler (SV) unterschieden: traditionelle, semi-traditionelle und kommodifizierte SVs. Argumentiert wird, dass Veränderungen in der Struktur und Qualität sozialer Partizipation Folge eines Austauschs des Inventars sozialer Vermittler sind. Traditionelle SVs werden durch marktvermittelte SVs abgelöst. Der Beitrag führt diese Hypothese aus und testet sie empirisch. Die Analysen basieren auf den bevölkerungsrepräsentativen Daten des Sozio-oekonomischen Panels (1984-2012). Empirisch zeigt sich erstens, dass die Nutzung sozialer Vermittler mit einer signifikanten Zunahme geselliger Praktiken, informeller Hilfe und der Größe des sozialen Netzwerks einhergeht. Zweitens steigen die Nutzungsraten kommodifizierter SVs über die Zeit hinweg an, wohingegen die Nutzung traditioneller Vermittler abnimmt. Drittens kommt es in den jüngeren Geburtskohorten aufgrund steigender Gesamtnutzungsraten sozialer Vermittler zu einer Intensivierung geselligen Verhaltens.

## 1. Einleitung

Der Wandel sozialer Beziehungen wurde in der Soziologie lange Zeit aus der *Community Lost*-Perspektive untersucht (Curtis White / Guest 2003). Dabei wird von einem Zusammenhang zwischen gesellschaftlicher Modernisierung und der Schwächung informeller, tradierter Beziehungsnetzwerke ausgegangen. Das verstärkte, bürokratisch integrierte und der Industrialisierung unterworfenen Individuum lebt demnach in einer von anonymen, flüchtigen Bindungen gekennzeichneten sozialen Umwelt, aus der das für den modernen Menschen typische Gefühl der Unsicherheit erwächst (Wirth 1938: 16; Simmel 1903; Wilson 1976).

Dieser Ansatz ist spätestens seit den 1970er Jahren in die Kritik geraten. Verschiedene Studien legen nahe, dass Modernisierungsphänomene zwar mit Veränderungen der Formen sozialer Integration einhergehen, aber nicht mit einem Verlust informeller Einbindung *per se* (vgl. u.a. Fischer 1975; Fischer 1982; Curtis White / Guest 2003; Mewes 2010; Florida 2002).

Dieser Perspektivenwechsel wurde indessen von vielen Autoren nur halbherzig vollzogen; womöglich, weil allgemeine Trends anhand einzelner Indikatoren leichter zu diagnostizieren sind als tiefenstrukturelle Wandlungen. Glaubt man etwa den Ausführungen Putnams in *Bowling Alone* (2000), so ist das zweite Drittel des 20. Jahrhunderts durch eine signifikante Abnahme geselliger Praktiken und der Beteiligung der Bevölkerung in Vereinen und Organisationen gekennzeichnet (Putnam 2000: 359). Zwar wird hier nicht der Modernisierungsprozess im Allgemeinen, sondern spezifische Phänomene wie Zeitknappheit, geographische Mobilität und die Ausbreitung der Massenmedien als treibende Kräfte identifiziert (Putnam 2000: 189 ff.). Dennoch schlägt Putnam in dieselbe Kerbe wie die Vertreter der *Community Lost*-Tradition. Auch er unterstellt einen Rückgang gewachsener Netzwerke, die die Gesellschaft auf der Mesoebene durchdringen. Resultat ist eine sozial und politisch atomisierte Bevölkerung.

Die vorliegende Studie knüpft an diese Diskussion an, geht im Vergleich zu Putnam aber zunächst von stabilen Verhältnissen hinsichtlich der sozialen Einbindung auf der Mesoebene aus. Gleichzeitig postuliert sie einen Wandel hinter den Kulissen. Gemeinschaftliche Einbindung, so die Hypothese, wird in Gegenwartsgesellschaften zunehmend mit anderen Mitteln hergestellt als in traditionellen und modernen Gesellschaften.

---

<sup>1</sup> Für hilfreiche Hinweise danken wir den beiden anonymen GutachterInnen

Ausgangspunkt ist dabei ein gelegheitsstruktureller Ansatz (Klein / Lengerer 2001). Die Initiierung und Aufrechterhaltung sozialer Bindungen ist demnach in erster Linie von der Verfügbarkeit *sozialer Vermittler* abhängig. Unter sozialen Vermittlern werden kulturelle, materielle und symbolische Hilfsmittel verstanden, die soziale Praktiken auf der Mikroebene anregen. Sie stellen Opportunitäten des Treffens (Infrastrukturen), symbolische Katalysatoren (wie Musik, Kleidung, zubereitete Nahrungsmittel) und Aktivitätsschemata (Rituale, Freizeitpraktiken) zur Verfügung, entlang derer sich Kommunikationen organisieren lassen (vgl. Durkheim 1994; Putnam 2000; Feld 1981; Hirschle 2014). Soziale Vermittler ermöglichen und erleichtern es den Menschen in Kontakt mit anderen zu treten und einmal aufgenommene Austauschbeziehungen fortzuführen oder wiederzubeleben. Veränderungen der Qualität und Struktur sozialer Netzwerke sind aus dieser Perspektive Folge des Austauschs des Inventars sozialer Vermittler. Insbesondere wird postuliert, dass in den letzten Jahrzehnten die Nutzung kommodifizierter Formen sozialer Vermittler signifikant zugenommen und die Nutzung tradierter Formen abgenommen hat.

Ziel des Beitrags ist es, diese These anhand der Literatur theoretisch auszuführen und auf Grundlage der Daten des Sozio-oekonomischen Panels auf den Prüfstand zu stellen (1984-2012). Die Analysen zielen dabei *erstens* auf die Untersuchung der Rolle verschiedener Typen sozialer Vermittler (traditionell, semi-traditionell, kommodifiziert) für die Reproduktion sozialer Partizipation. *Zweitens* wird die Entwicklung sozialer Partizipation und die Entwicklung der Verwendung unterschiedlicher Sozialvermittler über die Zeit hinweg betrachtet. *Drittens* soll der Zusammenhang zwischen der Nutzung sozialer Vermittler und der Intensität geselligen Verhaltens analysiert werden.

## 2. Soziale Vermittler

### 2.1 Theoretischer Hintergrund

Émile Durkheims Studie *Die elementaren Formen des religiösen Lebens* (1912/1994) wird zwar vorwiegend als Beitrag zur Religionssoziologie gehandelt. Sie ist darüber hinaus jedoch eine Abhandlung der Frage, wie *das Soziale* ins Leben gerufen und institutionell stabilisiert wird. Durkheim argumentiert, dass die Reproduktion sozialer Beziehungen auf der Mikroebene von zentraler Bedeutung für den Bestand jeder Gesellschaft ist. Daher kann sie nicht den diffusen Motiven, egoistischen Kalkülen und schwankenden Stimmungen einzelner Personen überlassen werden. Um sich dauerhaft reproduzieren zu können, ist der gesellschaftliche Körper auf eine Instanz angewiesen, die ihre Mitglieder dazu anhält, soziale Beziehungen einzugehen und sie regelmäßig zu erneuern. Dazu bedarf es handfester Hilfsmittel, die die Individuen bei dieser Aufgabe unterstützen (Durkheim 1994: 317).

In der Tat wurde Durkheims Interesse an Religion vorwiegend von der Annahme geleitet, dass sie die originäre Basis für die Entstehung des sozialen Lebens bildet: „[I]n the beginning religion was the matrix of all that is social“ (Pickering 1984: 268). Allerdings verstand er unter dieser *sozialen Matrix* keine abstrakte gesellschaftlich-moralische Instanz. Vielmehr versuchte er, gemäß seiner positivistischen Grundauffassung (Durkheim 1981, 1965), angebbare Mechanismen zu identifizieren, die diese Aufgabe erfüllten (Hirschle 2012). Dabei sind insbesondere zwei der von Durkheim analytisch bestimmten Instanzen von Relevanz: (1) Rituale und (2) symbolische/materielle Artefakte.

(1) Der Zweck der *Rituale* besteht darin, „die Kollektivität in Bewegung [zu setzen]; die Gruppen versammeln sich, um sie durchzuführen. Ihre erste Wirkung ist also, Individuen einander näher zu bringen, Kontakte unter ihnen zu vervielfachen und sie untereinander vertrauter zu machen“ (Durkheim 1994: 470).

(2) *Symbolische und materielle Güter* stellen demgegenüber erstens Orte und Infrastrukturen zur Verfügung, die es den Mitgliedern eines Kollektivs ermöglichen, gemeinsam die Rituale zu begehen (Kirchen, Moscheen, Tempel, Heilige Orte). Zweitens werten sie die rituellen Handlungen auf, indem sie sie mit kultureller Bedeutung (dekorative Elemente, Ikonen, Fetische, Devotionalien) anreichern (Durkheim 1994: 316; Holt 2004: 60). So gewinnen sie an Attraktivität und die individuelle Motivation zur Teilnahme erhöht sich. Drittens fungieren materielle Artefakte, insofern sie die Riten zeitlich überdauern, als Erinnerungsstützen an das in den Ritualen vollzogene Kollektivleben (Durkheim 1994: 300).

Gesellschaftliche Integration ist bei Durkheim also nicht obskures Nebenprodukt eines moralischen Überbaus, sondern Resultat der Wirksamkeit benennbarer „materieller Vermittler“ (Durkheim 1994: 316).

Zwar bestand Durkheims Anliegen in *Die elementaren Formen* vor allem darin, die Rolle der Religion für die Anregung (und Stabilisierung) des sozialen Prozesses zu belegen. Dennoch war er nicht blind gegenüber der Tatsache, dass sich im Zuge der Modernisierung andere Instanzen herausbilden, die die gleiche Funktion auf andere Weise erfüllen (Durkheim 1992). Putnams Studie *Bowling Alone* (2000) kann als direkte Antwort auf die Frage gelesen werden, um welche Instanzen es sich dabei handelt. Zivilgesellschaftliche Vereinigungen (z.B. Sport-, Gesangs- und Nachbarnschaftsvereine), politische Parteien und bürgerschaftliche Zusammenschlüsse aller Art werden hier als (moderne) Katalysatoren des Soziallebens begriffen (Putnam 2000: 383; Mayer 2003: 112). Ähnlich wie religiöse Praktiken und Güter tragen sie zur Fortschreibung des sozialen Lebens bei: „League bowling served here as a metaphor of a type of associational activity that brings relative strangers together on a routine and frequent basis, helping to build and sustain a wider set of networks and values that foster general reciprocity and trust“ (Field 2003: 32).

## 2.2 Zur Ausbreitung kommodifizierter Formen sozialer Partizipation

Das Hauptanliegen Putnams in *Bowling Alone* bestand jedoch weniger darin, in die Fußstapfen Durkheims zu treten. Vielmehr wollte er den Nachweis erbringen, dass die Partizipation der Bevölkerung in zivilen Organisationen seit Mitte des 20. Jahrhunderts im Schwinden begriffen ist (Putnam 2000: 27). Auf Grundlage der Analyse von Sekundärdaten zeigt er, dass sich immer weniger Menschen (in den USA) aktiv in religiösen Gruppierungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Sportvereinen engagieren oder anderweitige ehrenamtliche Tätigkeiten verrichten. Putnam schließt daraus, dass der Gesellschaft eine Korrosion des sozialen Kits droht, der die Individuen auf der Mesebene zusammenhält (Putnam 2000: 27). Die Folge sei ein allgemein niedrigeres Niveau an sozialen Netzwerken, prosozialen Normen und sozialem Vertrauen.

Diese Diagnose Putnams blieb jedoch nicht unangefochten. Zum einen wurde er verdächtigt, den Niedergang der Partizipation in den genannten traditionellen und semi-traditionellen Organisationen zu überschätzen (Florida 2002; Fischer 2005). Andere warfen ihm vor, blind für gegenläufige Strömungen zu sein, die mit Hilfe des verwendeten Messinstruments entweder nicht erfasst wurden oder deren Bedeutung er herunterspielte. Darunter fielen insbesondere nicht-institutionalisierte Formen politischer und sozialer Partizipation (Boggs 2001; Mayer 2003).

Der vorliegende Beitrag schließt insofern an diese Diskussion an, als die Veränderungen sozialer Partizipation über die Zeit hinweg untersucht werden. Im Zentrum steht allerdings die Frage, welche Rolle in diesem Prozess der Ausbreitung konsumvermittelter Formen sozialer Partizipation zukommt. Anders als Putnam, der davon ausgeht, dass die Massenmedien und kommodifizierte Freizeitaktivitäten den sozialen Prozess negativ beeinträchtigen (Putnam 2000: 216 ff.), wird hier argumentiert, dass der Konsummarkt eine Vielzahl von Produkten anbietet, die explizit oder implizit soziale Funktionen erfüllen (Fischer 2005: 156; Van Ingen / Van Eijck 2009; Hirschle 2014). Argumentiert wird, dass dieses Angebot besonders von jün-

geren Verbrauchern verstärkt genutzt wird. Parallel sinkt die Inanspruchnahme traditioneller Sozialvermittler in diesen Gruppierungen. Die fortschreitende Kommodifizierung des kulturellen und sozialen Lebens, so die Hypothese, führt daher nicht zu dessen Verarmung, sondern geht ganz im Gegenteil mit einer Steigerung und Intensivierung sozialer Interaktionsereignisse einher.

Dabei soll nicht behauptet werden, dass Unternehmen, die unter kapitalistischen Bedingungen arbeiten, ‚soziale Ziele‘ verfolgen. Vielmehr wird das soziale Leben unter den Bedingungen gesättigter Grundbedürfnisse zu einem zentralen Absatzmarkt für Konsumprodukte (Pine / Gilmore 1999; Jensen 2006; Streeck 2012).

*Konsum* soll hier zunächst sehr allgemein definiert werden als eine Form der Aktivität, die mit dem Kauf und der Nutzung von Gütern und Dienstleistungen verbunden ist. Individuen erwerben Produkte, um bestimmte Bedürfnisse oder Wünsche zu erfüllen; Firmen produzieren diese Güter, um Profit zu erwirtschaften. Als *soziale Produkte* werden Güter oder Dienstleistungen bezeichnet, die primär oder sekundär als Kommunikationsmittel, Gelegenheitsstruktur oder Aktivitätsschema für die Realisierung sozialer Interaktionen benutzt werden können. Ihre Verbreitung impliziert, dass der soziale Tausch, d.h. die Beziehungsarbeit zwischen Familienmitgliedern, Freunden, Bekannten oder Kollegen, zunehmend als marktvermittelte Praxis vollzogen wird. Entlang der genannten Kriterien lassen sich drei Arten sozialer Produkte unterscheiden:

(1) Produkte, die primär andere (nicht-soziale) Funktionen erfüllen, deren Design oder Inhalt jedoch von den Herstellern so bearbeitet werden, dass sie von den Konsumenten zur Kommunikation sozialen oder kulturellen Status verwendet werden können (Bourdieu 1996; Holt 2004; McCracken 1990). Dabei handelt es sich um Objekte und Dienstleistungen, die in der Öffentlichkeit konsumiert (Getränke, Nahrungsmittel, Hotelnutzung) oder präsentiert (Bekleidung, Schuhe, Uhren, Smartphones, Autos) werden. Ihre soziale Bedeutung erwächst aus der Tatsache, dass sie neben ihrer primären Funktion (Kälte abhalten, Fortbewegung, Hunger stillen) einen bestimmten kulturellen Stil oder eine bestimmte Einstellung zum Ausdruck bringen, mit dem die sie konsumierenden Individuen assoziiert werden (McCracken 1990; Holt / Cameron 2010).

(2) Waren und Dienstleistungen, die primär kommunikative Funktionen erfüllen und von Konsumenten mit dem Ziel genutzt werden, mit anderen Individuen in Kontakt zu treten, zu kommunizieren oder Inhalte auszutauschen. Dazu zählen Telekommunikationsprodukte wie Telefone/Smartphones, Anbieter von Kommunikationsdiensten und Kommunikations- und Dating-Plattformen und Apps (*facebook, google+, friendscout24, Tinder, lovetime* etc.) (vgl. Ling 2010).

(3) Produkte, die Inhalte und Strukturen zur Verfügung stellen, entlang derer Kommunikation und Interaktionen realisiert und organisiert werden können. Sie bestehen meist aus Freizeitaktivitäten oder Infrastrukturen; in vielen Fällen aus einer Kombination beider (Diskos, Kneipen, Cafés). Freizeitaktivitäten sind dabei in unterschiedlichem Maße kommodifiziert. Die Tätigkeitsprofile traditioneller Praktiken wie Wandern, Laufen oder Radfahren sind zwar kaum explizit marktvermittelt. Allerdings werden sie durch Unternehmen, die spezielle Ausrüstungsgegenstände sowie (Marken-)Bekleidung anbieten und Marketingmaßnahmen lancieren, durch die die Tätigkeit kulturell umgedeutet und aufgewertet wird, in Beschlag genommen (Holt / Cameron 2010). Andere Freizeitaktivitäten sind dagegen ganzheitlich marktbestimmt. Dazu zählen insbesondere Trendsportarten wie Inline Skating, Bungee Jumping oder Windsurfen; ihre Verbreitung ist eng mit der Entwicklung neuer Produkte und deren Vermarktung verzahnt. Viele dieser kommodifizierten Praktiken sind darüber hinaus in eine ganzheitliche, künstlich angelegte Umwelt integriert. Beispiele für solche *Infrastruktur-Praxis-*

*Komplexe* sind Freizeitparks, Diskos, Restaurantketten, Urlaubsressorts, Kreuzfahrtschiffe, Wellness- und Abenteuerbäder, Multiplex Kinos oder Musikfestivals. Hier werden sowohl speziell präparierte Orte, Architekturen und Gebäude als auch Freizeitpraktiken angeboten, die Freunden, Familien oder Paaren Gelegenheit zur Realisierung von Interaktionen geben (Cova 1997; Nicholson / Hoye 2008). Ihre Wirkung besteht dabei nicht nur darin, dass sie Individuen ‚mechanisch‘ zusammenbringen und dadurch Interaktionen nahelegen. Vielmehr bieten sie architektonisch ausgefeilte Interieurs und aufregende oder entspannende Aktivitätsschemata, die angenehme mentale Zustände induzieren und dadurch Begegnungen und Interaktionen mit anderen Menschen attraktiver machen (Jensen 2006).

### 2.3 Definition sozialer Vermittler

Nach der Beschreibung des theoretischen Rahmens und der Darstellung verschiedener Formen materieller, symbolischer und praktischer Vermittler, widmet sich dieser Abschnitt der systematischen Definition eines allgemeineren Konzepts, unter das sich nicht nur eine, sondern verschiedene Varianten sozialer Vermittler subsumieren lassen. Ausgangspunkt dafür bildet zum einen die Focus-Theorie von Feld (1981) und zum anderen das Sozialkapital-Konzept von Putnam (2000).

(1) *Focus of activity*. Mit dem Konzept der „foci of activity“ hat Feld einen Beitrag zur Erfassung außerhalb sozialer Netzwerke stehender Strukturelemente geleistet, die für die Etablierung und Aufrechterhaltung sozialer Beziehungen relevant sind (Feld / Carter 1998: 136; Feld 1981: 1020). Ein *Focus of activity* ist definiert als „social, psychological, legal or physical entity around which joint activities are organized“ (1981: 1016). Sie fördern zum einen die Anbahnung sozialer Beziehungen zwischen vormals fremden Personen. Zum anderen erleichtern sie die Aufrechterhaltung einmal etablierter Beziehungen, insofern sie Gelegenheiten für regelmäßige Treffen und Kommunikation bieten. Als Beispiele für Foci of activity nennen Feld und Carter „family, work-places, voluntary organizations, and neighbourhoods“ (1998: 136).

Obwohl das Konzept für die hier intendierte Untersuchung als Ausgangspunkt dient, hat es den Nachteil, dass Feld bei der theoretischen Bestimmung vorwiegend die Erklärung sozialstruktureller Charakteristika sozialer Netzwerke im Auge hat (Feld 1981: 1016). Ihm geht es um die Benennung der strukturellen Faktoren, die die Etablierung homogener Netzwerke befördern. Aus diesem Grund behandelt Feld auch die Frage der Eigenschaften des beziehungsstiftenden Inventars der *foci of activity* nur randständig. Streng genommen bezeichnen Foci lediglich (meist lokal eingrenzbarer) Kontexte, in denen sowohl die Wahrscheinlichkeit, dass Personen mit bestimmten sozialen Merkmalen verkehren, als auch die Wahrscheinlichkeit der Durchführung gemeinsamer Aktivitäten, im Vergleich zu anderen Kontexten erhöht sind. An der Bestimmung der katalysierenden Mechanismen, die die Knüpfung oder Reproduktion sozialer Beziehungen anleiten, hat Feld jedoch vergleichsweise wenig Interesse.<sup>2</sup>

(2) *Sozialkapital*. Das zweite relevante Konzept wurde oben bereits eingeführt. Zwar stellt Putnam die Bedeutung konkreter Aktivitäten heraus (indem er eine Abnahme von Tätigkeiten in Vereinen und nachbarschaftlichen Vereinigungen für die Korrosion sozialen Kapitals verantwortlich macht [Putnam 2000: 49]), allerdings erweist sich seine Konzeptualisierung für diese Studie als weniger hilfreich. Putnam definiert *Sozialkapital* als „connections among individuals – social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from

2 So führt der Focus *Nachbarschaft*, wie Feld einräumt (1981: 1019), durchaus nicht notwendigerweise zur Ausbildung sozialer Beziehungen zwischen Nachbarn. Das eigentlich wirksame, den sozialen Prozess katalysierende Moment, stellt eine konkrete Aktivität dar (z.B. Nachbarschaftshilfe oder die Einladung zu einer Party), entlang derer sich eine Beziehung ausgestalten lässt.

them” (2000: 19). Diese Begriffsfassung berücksichtigt wiederum die außerhalb sozialer Beziehungen stehenden katalysierenden Elemente nur cursorisch. Das liegt vermutlich daran, dass Putnam soziale Einbindung untrennbar mit der Partizipation in Organisationen und Vereinen verbunden sieht (vgl. Gabriel et al. 2002: 23). Dies mag in der Praxis bis zu einem gewissen Grad zutreffen. Analytisch ist es jedoch unbefriedigend, da die Partizipation in Kontexten vom Resultat – der Einbindung in soziale Netzwerke – zu unterscheiden ist. Das Gleiche gilt übrigens, wie Fischer (2005) zurecht moniert, für die Genese sozialen Vertrauens. Die implizite Annahme Putnams<sup>4</sup>, Vertrauen sei ein Nebenprodukt sozialer Netzwerke hat weniger den Charakter einer Definition als einer Hypothese, die der empirischen Überprüfung bedarf (Fischer 2005: 157).

Um die bei Feld und Putnam benannten Probleme zu beheben, soll deshalb das Konzept *sozialer Vermittler (SV)* eingeführt werden.<sup>3</sup> Im Vergleich zu Putnam werden damit die Mittel, die es Individuen ermöglichen, eine soziale Beziehung zu verwickeln, von den sozialen Beziehungen selbst bzw. der sozialen Partizipation unterschieden. Im Vergleich zu Felds *foci of activity* bezeichnen soziale Vermittler angebbare materielle, infrastrukturelle oder praktische Hilfsmittel, die die Katalyse sozialer Beziehungen fördern.

*Soziale Vermittler* umfassen Infrastrukturen, materielle und symbolische Güter und Aktivitätsschemata entlang derer sich soziale Interaktionen zwischen Individuen organisieren lassen. Umfang und Design des Inventars können dabei erheblich variieren. Sie sind nicht auf ein bestimmtes Bündel gleicher oder ähnlicher Komponenten fixiert. Ihre konkrete Ausgestaltung ist vielmehr von kulturellen Faktoren, Produktionstechniken und dem Wohlstandsniveau einer Gesellschaft abhängig (Douglas / Isherwood 1996; Durkheim 1994).

Im Wesentlichen bestehen soziale Vermittler jedoch aus zwei Basiselementen: Erstens, aus architektonischen Settings, die strukturelle Gelegenheiten des Treffens und der Kommunikation bieten (z.B. Gebäude, Plätze, Internetportale). Zweitens, aus Aktivitätsschemata, die die Aufnahme und Aufrechterhaltung sozialer Kommunikationen erleichtern und angenehm gestalten (z.B. Rituale, Spiele, Sport, Freizeitpraktiken).

So umfasst das Inventar der *Religion*, wie oben skizziert, in der Regel sowohl spezifische Orte oder Gebäude (Kirche, Moschee, Tempel) als auch eine Reihe von Praktiken (Gebet, Beichte), die an diesen Orten abgehalten werden. Ähnlich zeichnen sich *zivilgesellschaftliche Vereinigungen und Assoziationen* durch Gelegenheiten des Treffens (Gemeindehaus, Klubhaus, Gaststätten) und physische, kulturelle oder politische Aktivitäten aus, die gemeinsam verrichtet werden (Sport, Lesung, Protestaktionen). Das gleiche gilt für *marktvermittelte Freizeitaktivitäten*. Menschen suchen Bars, Clubs, Freizeitparks oder Hotelressorts (Infrastrukturen) auf, um den angebotenen Praktiken gemeinsam mit anderen Menschen nachzugehen (Tanzen, Karaoke, Unterhaltung, Skifahren; vgl. Jensen 2006).<sup>4</sup>

3 Begrifflich angelehnt an Durkheim, der in den *Elementaren Formen* von materiellen Vermittlern spricht, ohne die das soziale Leben nicht möglich wäre (Durkheim 1994: 316).

4 Natürlich wirken auch die Arbeitsstätte oder die Ausbildungsinstitution als soziale Vermittler, insofern sie Individuen räumlich zusammenbringen (Unternehmen, Bildungsinstitution) und entlang bestimmter Aktivitätsschemata (Arbeit, Lerngruppen) Kommunikation nahelegen. Da diese Aktivitäten jedoch primär andere Ziele verfolgen als soziale Bindungen zu knüpfen und die resultierenden Bindungen darüber hinaus, solange sie nicht dekontextualisiert werden, formalen Charakter haben (vgl. Allan 1979), werden sie an dieser Stelle nicht explizit als soziale Vermittler für informelle Beziehungen gehandelt. Dies soll jedoch nicht heißen, dass sie für die Initiierung sozialer Beziehungen insgesamt keine Rolle spielen. Jedoch muss man annehmen, dass die Dekontextualisierung, in der sie zu informellen Beziehungen werden, mit Hilfe anderer sozialer Vermittler abläuft (z.B. Sport, Bars, Freizeitpraktiken).

Was die Wirkungsweise sozialer Vermittler betrifft, so sind sie nur in Ausnahmefällen in der Lage, Beziehungen zwischen Fremden aus dem Stehgreif zu schaffen. Die meisten operieren als Vermittler von Kommunikationen innerhalb etablierter Beziehungsnetzwerke (z.B. von Schulfreunden, Kollegen oder Familienmitgliedern). Beispiele sind Diskos, Freizeitparks oder Urlaubsressorts, die attraktive Kontexte und Praktiken zur Aktualisierung von Freundschaften, Partnerschaften oder Bindungen zwischen Familienangehörigen bereitstellen (Jensen 2006: 64 ff.; Illouz 1997: 262).

## 2.4 Forschungsfragen

Den theoretischen Überlegungen schließen sich drei Fragen an, die im folgenden empirischen Teil der Studie beantwortet werden sollen. *Erstens* stellt sich die Frage, ob verschiedene Varianten sozialer Vermittler (traditionelle, semi-traditionelle und kommodifizierte) signifikant positiv mit der Genese sozialer Beziehungen und sozialer Partizipation zusammenhängen. Fiele dieser Test positiv aus, so könnte man davon ausgehen, dass das Konzept sozialer Vermittler relevant für die Erklärung der Reproduktion sozialer Beziehungen wäre.

*Zweitens* geht es um die Nachzeichnung der Veränderung der Nutzungsraten verschiedener Typen sozialer Vermittler. Dabei soll die oben skizzierte Vermutung geprüft werden, dass im Zeitverlauf ein Anstieg marktvermittelter und eine Abnahme tradierter Formen sozialer Partizipation zu verzeichnen ist.

Im *dritten* Analyseschritt wird schließlich der Frage nachgegangen, ob die Verfügbarkeit und die Nutzung wirksamer sozialer Vermittler das Gesamtniveau sozialer Partizipation beeinflussen. Träfe diese (Makro-)Hypothese zu, so ginge ein Anstieg der Gesamtnutzungsraten sozialer Vermittler über die Zeit mit einer Zunahme der Intensität des sozialen Prozesses einher. Diese These ist direkt aus der oben skizzierten Annahme Durkheims abgeleitet, nach der die Aufrechterhaltung des Soziallebens eine Funktion der Verfügbarkeit wirksamer materieller Vermittler ist, die den sozialen Prozess katalysieren (Durkheim 1994: 316).

## 3. Daten, Operationalisierung und Methoden

### 3.1 Daten

Um die oben genannten Untersuchungsfragen empirisch zu prüfen, werden im Folgenden die Daten des Sozio-ökonomischen Panels herangezogen (SOEP). Das SOEP ist eine jährlich wiederholte Längsschnittstudie der Bevölkerung Deutschlands. Daten sind verfügbar für die Zeit zwischen 1984 und 2012 (Frick et al. 2007; Wagner / Frick / Schupp 2007). Da die Bevölkerung Ostdeutschlands erst seit 1991 berücksichtigt wurde, werden die Analysen auf Personen aus Westdeutschland beschränkt.

### 3.2 Operationalisierung

Innerhalb der Operationalisierung gilt es zwei unterschiedliche Konzepte empirisch zu erfassen: Erstens die Verfügbarkeit sozialer Netzwerke und die aktive Partizipation in informellen Sozialbeziehungen (soziale Partizipation) und zweitens die Verwendung verschiedener Typen sozialer Vermittler (SV).

(1) Zur Abbildung des ersten Konzepts werden drei Items aus dem SOEP verwendet. Das erste informiert über die Häufigkeit geselligen Zusammenseins mit Freunden, Verwandten oder Nachbarn (*Geselligkeit*). Der zweite Indikator ermittelt wie häufig eine Person Freunden, Verwandten oder Nachbarn behilflich ist (*Informelle Hilfe*). Beide Indikatoren wurden auf einer 4er-Skala mit den Ausprägungen „jede Woche“, „jeden Monat“, „seltener“ und „nie“

gemessen. Die dritte Variable gibt die Anzahl enger Freunde, über die eine Person verfügt, wider (*Anzahl Freunde*).

(2) Was das zweite Konzept betrifft (SV), so werden drei Grundtypen unterschieden: (a) traditionelle, (b) semi-traditionelle und (c) kommodifizierte SVs. Diese werden mit Hilfe sechs verschiedener Items abgebildet, die innerhalb der gleichen Matrixfrage erhoben wurden. Die vierstufige Antwortskala differenziert dabei wiederum nach den Antwortkategorien „jede Woche“ [3], „jeden Monat“ [2], „seltener“ [1] und „nie“ [0].

(a) Zur Operationalisierung *traditioneller SVs* wird die Variable *Kirchgang* (Besuch der Kirche oder anderer religiöser Veranstaltungen) verwendet.

(b) Unter dem Oberbegriff *semi-traditionelle SVs* werden die Items *Ehrenamt* (ehrenamtliche Tätigkeiten in Vereinen, Verbänden oder sozialen Diensten), *politische Partizipation* (Beteiligung in Bürgerinitiativen, in Parteien, in der Kommunalpolitik) und „Aktiver Sport“ subsumiert.

(c) *Kommodifizierte SVs* werden zum einen über die Nutzung populärkultureller Medien (Kinobesuch, Besuch von Popkonzerten, Tanzveranstaltungen, Discos, Sportveranstaltungen) und zum anderen über den Besuch eher hochkulturell veranlagter Kontexte („Kulturellen Veranstaltungen, z.B. Konzerte, Theater, Vorträge“) abgebildet. Da es in dieser Studie nicht um die sozialdistinktive Funktion verschiedener Praktiken geht, werden beide Items zu einem additiven Index zusammengefasst (*Freizeitkonsum*). Dieser nimmt Werte zwischen 0 und 6 an (ein Wert von 0 indiziert dabei, dass eine Person keine der genannten Aktivitäten ausübt; ein Wert von 6 bedeutet, dass sie beide Aktivitätsschemata mindestens 1 mal pro Woche nutzt).

### 3.3 Methoden

Im ersten Schritt wird geprüft, ob die oben definierten SVs als Katalysatoren im sozialen Prozess fungieren. Dazu wird eine Serie von Regressionsanalysen durchgeführt, innerhalb derer die drei zur Operationalisierung sozialer Partizipation verwendeten Items als abhängige Variablen fungieren. Die Items *Geselligkeit* und *Informelle Hilfe* wurden jeweils über 13 Zeitpunkte zwischen den Jahren 1985 und 2011 erhoben. Da das SOEP als unbalanciertes Panel konzipiert ist, innerhalb dessen die gleichen Befragungspersonen wiederholt interviewt werden, ist es ratsam, die beiden entstehenden Varianzkomponenten in den Analysen gesondert zu behandeln. Dabei geht es einerseits um Varianzen zwischen Individuen (Ebene 2) und andererseits um solche zwischen denselben Individuen über die Zeit (Ebene 1) (Andreß / Golsch / Schmitt 2013). Um die Analysen durchzuführen werden Random-Effects (RE) und Fixed-Effects (FE) Regressionsmodelle eingesetzt. Beide Modellvarianten trennen methodisch zwischen den beschriebenen Varianzkomponenten. Die FE-Analyse bezieht allerdings im Vergleich zum RE-Verfahren nur Unterschiede auf der ersten Ebene (gleiche Befragungspersonen über die Zeit) in die Analyse ein, wohingegen Differenzen zwischen verschiedenen Befragten herausgerechnet werden (Giesselmann / Windzio 2012). Dieses Verfahren liefert zwar eine präzise Antwort auf die Frage, wie sich eine abhängige Variable (AV) verändert, wenn eine Person über den Lebenslauf hinweg eine Veränderung auf der unabhängigen Variable (UV) erfährt. Allerdings gibt es keine Schätzwerte für den Effekt der UV auf Differenzen auf der AV zwischen verschiedenen Personen aus. Aus diesem Grund wird der Schwerpunkt der Interpretation auf die RE-Analyse gelegt. Diese berücksichtigt zwar beide Varianzkomponenten, trennt diese jedoch, indem sie einen Random Intercept Parameter berechnet, der die Varianz auf der zweiten Ebene in Form einer separaten Variable zum Ausdruck bringt (vgl.



Twisk 2006). Die FE-Analysen dienen dagegen nur der Überprüfung des Effektes der SVs (UV) auf die soziale Partizipation (AV) unter verschärften Bedingungen.<sup>5</sup>

Die Analysen werden mit Stata durchgeführt. Da beide abhängigen Variablen (Geselligkeit, Informelle Hilfe) ordinalskaliert sind (Kodierung: jede Woche [3]/jeden Monat [2]/seltener [1]/nie [0]), werden ordinale Logit Regressionen durchgeführt. Diese sind allerdings in Stata nur für Random Effects, nicht jedoch für Fixed Effects Modelle verfügbar. Für die FE-Analyse wird deshalb ersatzweise auf ein lineares Modell zurückgegriffen.

Was die Größe des sozialen Netzwerks (Anzahl enger Freunde) betrifft, die als drittes Item zur Operationalisierung des Konzepts *sozialer Partizipation* verwendet wird, so liegt diese im SOEP nur für die Jahre 2003, 2008 und 2011 vor. Allerdings sind die Nutzungsraten verschiedener SVs (UV) in den Jahren 2003 und 2008 nicht erhoben worden. Daher muss sich die Analyse auf einen Querschnitt im Jahr 2011 beschränken. Zur Bearbeitung der abhängigen Variable (Anzahl Freunde), bei der es sich um eine Zählvariable handelt, wird ein Regressionsverfahren eingesetzt, das auf einer negativen Binomialfunktion beruht (vgl. dazu genauer Long / Freese 2006: 372 ff.).

In allen beschriebenen Regressionen werden neben den zentralen erklärenden Variablen (soziale Vermittler), zusätzlich sozio-demographische Informationen als Kontrollvariablen eingesetzt. Dabei handelt es sich um das Alter, Geschlecht, Anzahl im Haushalt lebender Personen, Kinder im Haushalt, Partnerschaftsstatus, Berufsstatus und Bildung.

Im zweiten Analyseschritt werden die Nutzungsraten verschiedener Typen sozialer Vermittler und die Raten sozialer Partizipation über die Zeit hinweg nachgezeichnet. Dazu werden auf Grundlage aller verfügbaren Wellen des SOEP Zeitreihen- und Kohortenanalysen durchgeführt.<sup>6</sup> Da im SOEP jedes Jahr bis zu 30.000 Personen befragt werden, können die für die Kohortenanalyse verwendeten Alters- und Geburtsklassen in Fünfjahresschritten eingeteilt werden, ohne dass dadurch die Anzahl der Beobachtungen innerhalb der einzelnen Gruppen unter  $n=200$  Beobachtungen fällt. Insgesamt werden neun Geburtskohorten (1950-54 bis 1990-94) und vier Altersklassen (20-24 Jahre bis 35-39 Jahre) differenziert. Diese werden im Hinblick auf die Entwicklung der Nutzungsraten verschiedener sozialer Vermittler und der beiden im Längsschnitt verfügbaren Indikatoren zur Messung sozialer Partizipation (Geselligkeit, Informelle Hilfe) ausgewertet.

Der dritte Analyseschritt wendet sich abschließend der Frage zu, inwiefern die Entwicklung der Gesamtnutzungsraten verschiedener sozialer Vermittler Veränderungen in der sozialen Partizipation über die Zeit hinweg erklären. Diese Analyse erfolgt auf Ebene der Geburtskohorten. Dazu wird zunächst ein additiver Index über die verschiedenen SV-Typen gebildet, der Auskunft über die Gesamtnutzungsraten sozialer Vermittler gibt. Anschließend werden bivariate Regressionen durchgeführt, innerhalb derer die Kohorten-Mittelwerte der Variablen *Geselligkeit* und *Informelle Hilfe* als abhängige Variablen und der SV-Index als unabhängige Variable fungieren. Das genaue Prozedere wird im Ergebnisteil erläutert.

5 Getestet wird dabei, inwieweit unabhängig von zeitkonstanten Unterschieden zwischen Personen eine höhere/geringe Nutzungsrate von SVs mit höheren/geringeren sozialen Partizipationsraten zusammenhängt.

6 Mit dem Einsatz von Kohortenanalysen sollen dabei zum einen altersbereinigte Entwicklungen über den Zeitverlauf dargestellt werden. Anzunehmen ist, dass das Alter mit der Häufigkeit informellen Sozialverhaltens und der Nutzung sozialer Vermittler stark korreliert ist (vgl. Hirschele 2014). Setzt man nur auf Zeitreihenanalysen, so sind die Ergebnisse aufgrund der sich verändernden Alterskomposition der repräsentativen Stichproben über die Jahre hinweg aufgrund der Alterung der Gesellschaft verzerrt. Andererseits bietet die Kohortenebene, wie weiter unten skizziert wird, die Möglichkeit den Zusammenhang zwischen den Gesamtnutzungsraten sozialer Vermittler und der sozialen Partizipation einem Test zu unterziehen.

## 4. Ergebnisse

### 4.1 Wirksamkeit sozialer Vermittler

Im ersten Teil der empirischen Analysen wird geprüft, ob verschiedene soziale Vermittler als Katalysatoren sozialer Beziehungen infrage kommen. Tabelle 1 zeigt die Ergebnisse der ordinalen Random Effects (a) und linearen Fixed Effects Regressionen (b) auf die abhängigen Variablen *Geselligkeit* (Modelle Ia und Ib) und *Informelle Hilfe* (Modelle IIa und IIb).

Bei der Interpretation der Ergebnisse liegt der Schwerpunkt auf den fünf unabhängigen Variablen, die als soziale Vermittler definiert wurden. Da die sozio-demographischen Informationen lediglich als Kontrollvariablen fungieren, wird ihr jeweiliger Einfluss auf die abhängigen Variablen im Text nicht separat behandelt. Es ist zu beachten, dass in den Fixed Effects Modellen nur Koeffizienten für zeitvariable unabhängige Variablen berechnet werden können, daher weist das Geschlecht keinen Eintrag in der Tabelle auf (vgl. dazu Andreß / Golsch / Schmitt 2013: 147).

Was den Effekt sozialer Vermittler auf die Häufigkeit sozialen Zusammenseins mit Freunden, Verwandten oder Nachbarn betrifft (Modell Ia und Ib), so zeigen vier der fünf SV-Variablen die erwartete Wirkung. Personen, die häufig die Kirche besuchen, sich ehrenamtlich engagieren, aktiv Sport treiben oder regelmäßig Freizeitkonsumangebote nutzen, sind sozial aktiver als Personen, die dies nicht oder nur in eingeschränktem Maße tun. Die Koeffizienten dieser Indikatoren sind sowohl im RE- (Modell Ia) als auch im FE-Modell (Ib) positiv und signifikant. Den standardisierten Koeffizienten (betas) ist zu entnehmen, dass von den genannten vier Indikatoren der *Freizeitkonsum* dabei den stärksten Effekt aufweist, gefolgt von den Items *Aktiver Sport*, *Kirchgang* und *Ehrenamt*. Für die Variable *Politische Partizipation* ergibt sich entgegen der Erwartung im FE-Modell kein signifikanter Zusammenhang und im RE-Modell sogar ein negativer Effekt auf die abhängige Variable (signifikant auf dem 5% Niveau).

Tabelle 1: Effekte verschiedener SVs auf soziale Partizipation

	AV: Geselligkeit						AV: Informelle Hilfe					
	Modell Ia – RE			Modell Ib – FE			Modell IIa – RE			Modell IIb – FE		
	b	beta		b	beta		b	beta		b	beta	
Alter	-0.10	-2.12	***	-0.02	-0.33	***	0.08	1.58	***	0.03	0.55	***
Alter quadriert	0.00	1.23	***	0.00	0.06		0.00	-2.38	***	0.00	-0.80	***
Geschlecht (Frau=1)	0.02	0.01					-0.32	-0.19	***			
Anzahl Personen im HH	-0.11	-0.17	***	-0.04	-0.06	***	-0.11	-0.17	***	-0.05	-0.07	***
Kind im HH	-0.15	-0.09	***	-0.03	-0.02	***	-0.06	-0.03		-0.01	-0.01	
Partnerschaftsstatus (Ref.: Verheiratet)												
– Mit Partner	0.04	0.02		0.02	0.01		-0.09	-0.04	**	0.00	0.00	
– Ohne Partner	0.13	0.07	***	0.05	0.03	***	-0.18	-0.09	***	0.00	0.00	
Berufsstatus (Ref.: Vollzeit erwerbstätig)												
– Teilzeit erwerbstätig	0.20	0.09	***	0.04	0.02	***	0.27	0.11	***	0.09	0.04	***
– In Bildungsphase	0.28	0.05	***	0.05	0.01	**	0.17	0.03	**	0.01	0.00	
– Nicht erwerbstätig	0.35	0.21	***	0.08	0.05	***	0.35	0.20	***	0.12	0.07	***
Bildung (Ref.: Mittlere Bildung)												
– In Bildungsphase	0.16	0.03	*	-0.04	-0.01		-0.25	-0.04	***	-0.11	-0.02	***
– Elementare Bildung	0.07	0.04	**	-0.02	-0.01		-0.01	-0.01		-0.03	-0.01	*
– Abitur	-0.03	-0.01		-0.01	0.00		-0.15	-0.06	***	-0.02	-0.01	
– Hochschule	-0.01	-0.01		0.02	0.01		-0.45	-0.20	***	-0.02	-0.01	
<i>Traditionelle SVs:</i>												
– Kirchgang	0.26	0.31	***	0.08	0.09	***	0.23	0.26	***	0.06	0.08	***
<i>Semi-traditionelle SVs:</i>												
– Ehrenamt	0.13	0.16	***	0.03	0.04	***	0.27	0.32	***	0.08	0.09	***
– Politische Partizipation	-0.06	-0.04	**	-0.01	0.00		0.17	0.09	***	0.07	0.04	***
– Aktiver Sport	0.20	0.32	***	0.05	0.08	***	0.11	0.17	***	0.04	0.06	***
<i>Komodifizierte SVs:</i>												
– Freizeitkonsum (Index)	0.36	0.59	***	0.08	0.13	***	0.25	0.38	***	0.07	0.11	***
Cut 1 / Intercept	-7.34	***		2.66	***		-1.60	***		0.91	***	
Cut 2	-4.41	***					1.76	***				
Cut 3	-1.91	***					4.09	***				
Level 2 SD (Sigma U)		2.62			0.64			2.15			0.68	
Anzahl Beobachtungen		119,172			119,172			119,150			119,150	
Anzahl Befragte		34,044			34,044			34,040			34,040	

\* p < 0.05, \*\* p < 0.01, \*\*\* p < 0.001

Anmerkung: Modelle Ia und IIa: Ordinal Logistische RE-Modell; Modelle IIa und IIb: Lineare FE-Modelle.

Die in den Spalten IIa und IIb (Tabelle 1) abgedruckten Regressionsergebnisse testen den Effekt der SVs auf die abhängige Variable *Informelle Hilfe* (Häufigkeit mit der eine Person Freunden, Verwandten oder Nachbarn behilflich ist). Mit Ausnahme der Tatsache, dass in diesem Fall auch die politische Partizipation positiv und signifikant mit der abhängigen Variable zusammenhängt (sowohl im RE als auch im FE-Modell), entsprechen die Ergebnisse im Wesentlichen jenen der Modelle Ia und Ib. Von allen SVs weist der Konsumindex den stärksten Effektkoeffizienten auf; Ehrenamt und Kirchgang rangieren an zweiter und dritter Stelle. Der mit Abstand schwächste Effekt aller fünf SVs geht von der Variable *Politische Partizipation* aus.

Als dritter Indikator zur Operationalisierung des Konzepts sozialer Partizipation fungiert die Variable *Anzahl enger Freunde*. Um zu prüfen, welchen Einfluss die sozialen Vermittler auf dieses Item haben, ist die in Tabelle 2 abgedruckte Regression durchgeführt worden. Auch hier zeigen sich im Kern die gleichen Ergebnisse wie in den Analysen aus Tabelle 1. Alle SVs

außer der politischen Partizipation sind signifikant und positiv mit der Größe des Netzwerks korreliert. Der stärkste Effekt resultiert wiederum aus der Beteiligung am Freizeitkonsum.

*Tabelle 2: Effekte verschiedener SVs auf Anzahl enger Freunde*

<b>AV: Anzahl enger Freunde</b>	<b>b</b>	<b>beta</b>	
Alter	-0.01	-0.05	***
Alter quadriert	0.00	0.04	***
Geschlecht (Frau=1)	-0.02	0.00	
Anzahl Personen im HH	0.00	0.00	
Kind im HH	-0.07	-0.01	***
Partnerschaftsstatus (Ref.: Verheiratet)			
– Mit Partner	-0.04	0.00	
– Ohne Partner	-0.09	-0.01	***
Berufsstatus (Ref.: Vollzeit erwerbstätig)			
– Teilzeit erwerbstätig	0.03	0.00	
– In Bildungsphase/Lehre	0.17	0.01	***
– Nicht erwerbstätig	0.05	0.01	**
Bildung (Ref.: Mittlere Bildung)			
– In Bildungsphase/Lehre	0.14	0.00	**
– Elementare Bildung	-0.04	0.00	
– Abitur	0.01	0.00	
– Hochschule	0.03	0.00	
Traditionelle SVs:			
– Kirchgang	0.04	0.01	***
Semi-traditionelle SVs:			
– Ehrenamt	0.06	0.01	***
– Politische Partizipation	0.01	0.00	
– Aktiver Sport	0.03	0.01	***
Kommodifizierte SVs:			
– Freizeitkonsum (Index)	0.09	0.03	***
Intercept	1.59	***	
Alpha	0.38	***	
N		15,152	
Pseudo R-Quadrat		0.014	

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

*Anmerkung:* Regression basiert auf einer negativ binomialen Funktion. Der Koeffizient Alpha bezeichnet die unbeobachtete Heterogenität innerhalb der Stichprobe (vgl. Long / Freese 2006: 372).

Insgesamt lässt sich feststellen, dass vier der fünf als SVs veranschlagten Items ihrer den sozialen Prozess katalysierenden Funktion gerecht werden. Sowohl traditionelle (Kirchgang), semi-traditionelle (ehrenamtliches Engagement, aktiver Sport) als auch, und in besonderem Maße, die Nutzung kommodifizierter SVs (Freizeitkonsum), erhöhen die Anzahl verfügbarer Freunde, die sozialen Partizipationsraten und die Wahrscheinlichkeit anderen Personen (regelmäßig) auszuhelfen.

#### 4.2 Zeitliche Entwicklung sozialer Partizipation und der Nutzung verschiedener Typen sozialer Vermittler

Im zweiten Schritt soll die Veränderung der Nutzungsraten verschiedener sozialer Vermittler im Zeitverlauf bestimmt werden, wobei nur die vier als sozial wirksam ermittelten SV-Formen (Kirchgang, Ehrenamt, Aktiver Sport und Freizeitkonsum) in die Analysen einbezogen werden.

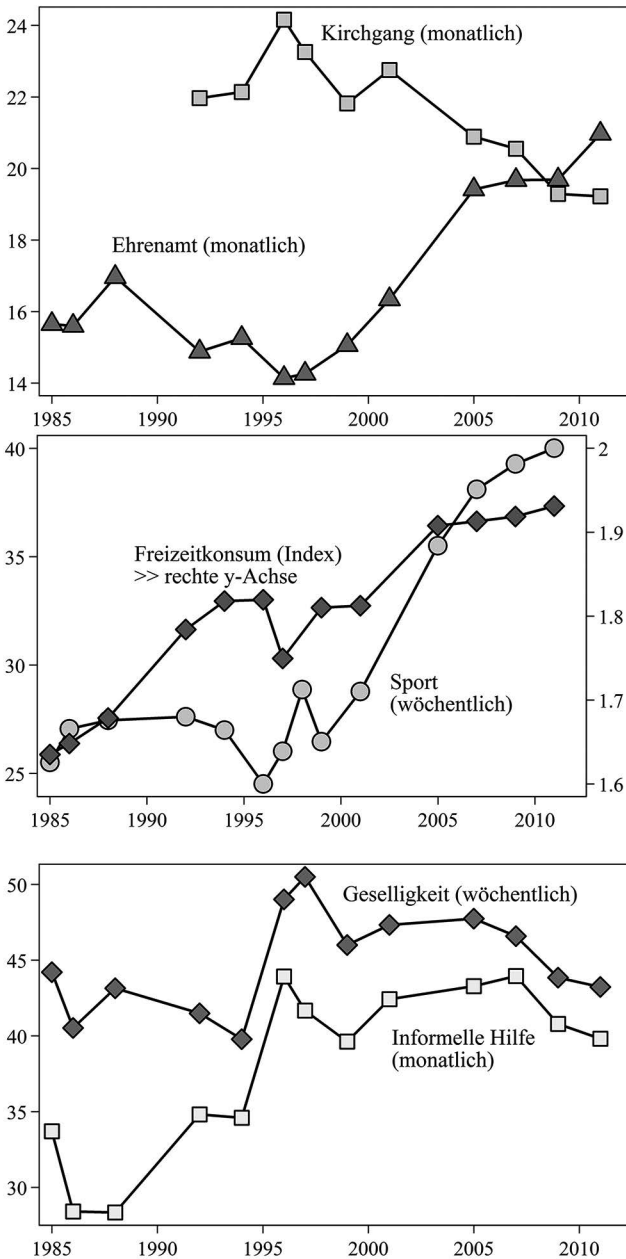
Um einen ersten Eindruck des Wandels über die Jahre hinweg zu gewinnen, ist in Abbildung 1 die Entwicklung der Nutzungsraten der vier wirksamen Typen sozialer Vermittler sowie der beiden sozialen Partizipationsindikatoren abgetragen. Was die ordinalskalierten Items *Kirchgang*, *Ehrenamt*, *Aktiver Sport*, *Geselligkeit* und *Informelle Hilfe* betrifft, so wurde für sie jeweils der Anteil Befragter berechnet, der mindestens monatlich (Kirchgang, Ehrenamt, Informelle Hilfe) bzw. mindestens wöchentlich (Aktiver Sport, Geselligkeit) engagiert ist.<sup>7</sup> Die Entwicklung der Nutzung kommodifizierter SVs wird über die Mittelwerte des siebenstufigen Freizeitkonsum-Index wiedergeben.

Die Verlaufsdigramme zeigen einen deutlichen Anstieg ehrenamtlicher, sportlicher und kommodifizierter Tätigkeiten. Die Nutzung der ersten beiden Typen sozialer Vermittler steigt dabei erst seit den späten 1990er Jahren an; die Zunahme kommodifizierter Varianten verläuft hingegen kontinuierlicher über die gesamte betrachtete Periode (mit einer kurzen Plateauphase um die Jahrtausendwende). Der Kirchgang, der erstmalig 1990 erhoben wurde, ist hingegen erwartungsgemäß leicht rückläufig. Was die soziale Partizipation betrifft, so zeigt sich für beide Indikatoren (Informelle Hilfe und Geselligkeit, dritte Grafik in Abbildung 1) ein Anstieg der mittleren Aktivität (mit einem Ausreißer nach oben Mitte der 1990er Jahre).

---

7 Die Dichotomisierung wurde der relativen Verteilung der jeweiligen Items angepasst.

Abbildung 1: Zeitliche Entwicklung sozialer Vermittler und sozialer Partizipation, 1984-2012



Datenquelle: SOEP 1984-2012 (gewichtet)

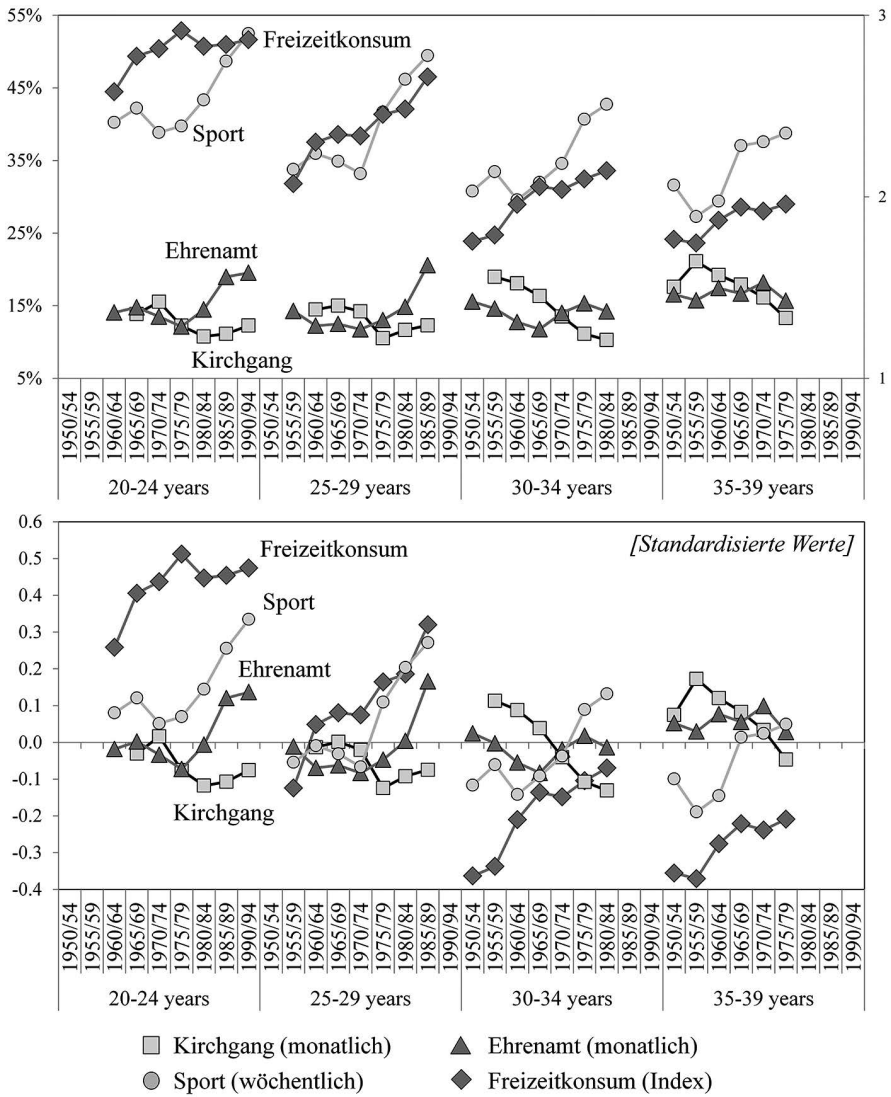
Die dargestellten Zeitreihen sind jedoch mit Vorsicht zu interpretieren. Sowohl die Nutzungshäufigkeit sozialer Vermittler als auch die soziale Partizipation (vgl. Hirschle 2014 bzw. Ergebnisse der Regressionsanalysen in Tabelle 1 und Tabelle 2) korrelieren stark und signifikant mit dem Alter; die Alterskomposition der Stichproben verändert sich im Zeitverlauf jedoch deutlich, so dass die in der Trendanalyse dargestellten Ergebnisse verzerrt sind (im Jahre 1984 lag das Durchschnittsalter innerhalb der Stichproben noch bei 44 Jahren, 2012 ist es auf über 50 Jahre angestiegen).

Um diesen Kompositionseffekt zu kontrollieren, wurden die gleichen Analysen für die im Operationalisierungsteil beschriebenen Geburtskohorten durchgeführt. Die Ergebnisse sind in Abbildung 2 dargestellt. Da im Zentrum der Analyse die Veränderungen über die Zeit und nicht die Lebenslauffekte stehen, sind in der Darstellung die Geburtsjahrgänge und nicht die Altersgruppen vergleichend dargestellt. Die x-Achse differenziert dabei die in Fünfjahres-schritten eingeteilten Geburtsjahrgänge nach Altersklassen. Anhand der verbundenen Markern kann daher die Entwicklung der Nutzungsraten verschiedener SV-Typen über Geburtsjahrgänge, die sich in gleichen Altersphasen befinden, abgelesen werden.

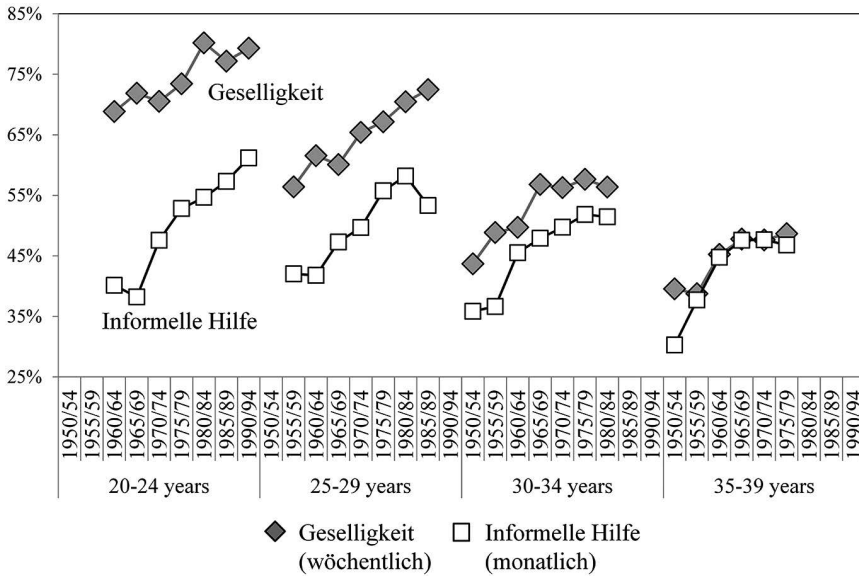
Die obere Grafik gibt die Originalwerte der jeweiligen Berechnungen der SV-Variablen wider. Die Werte der Variablen *Kirchgang*, *Ehrenamt* und *Aktiver Sport* beziehen sich auf die linke y-Achse, die rautenförmigen Marker, die die Mittelwerte des Freizeitkonsum-Index<sup>4</sup> darstellen, auf die rechte y-Achse. In der unteren Grafik sind die Nutzungsraten aller SV-Typen als standardisierte Werte abgetragen, so dass sie einerseits in ihrer Stärke vergleichend interpretiert und zum anderen über die gleiche y-Achse abgetragen werden können.

Innerhalb beider Grafiken werden insbesondere zwei Trends sichtbar. Sowohl die Nutzung von Freizeitkonsum-Praktiken als auch sportliche Aktivitäten haben über die Geburtsjahrgänge hinweg deutlich zugelegt. Dies zeigt sich in allen vier Altersklassen. Die Verwendung kommodifizierter SVs steigt dabei kontinuierlich an. Der Aufschwung sportlicher Aktivitäten schlägt dagegen altersabhängig erst ab den nach 1960 Geborenen durch. Die systematische Verschiebung des Anstiegs nach Altersgruppen spricht für einen Periodeneffekt. Die Grafiken zeigen darüber hinaus für beide Items (Sport und Freizeitkonsum) die erwartete starke Altersabhängigkeit. Die Häufigkeit sportlicher Aktivitäten und konsumbezogener Praktiken nimmt mit dem Alter (und unabhängig vom Geburtsjahr) deutlich ab.

Abbildung 2: Entwicklung sozialer Vermittler und sozialer Partizipation nach Geburtskohorten







Die Entwicklung der Variablen *Kirchgang* und *Ehrenamt* verlaufen weniger markant. Dies liegt zum Teil daran, dass diese Aktivitäten in weitaus geringerem Maße verbreitet sind und sich deshalb Veränderungen in kleineren Ausschlägen manifestieren. Die zweite Grafik zeigt jedoch, dass die Kirchgangsraten (die in praktisch allen Kohorten bereits unter 20% liegen), weiterhin abfallen (vgl. insbesondere 30-34 Jährigen). Bei den ehrenamtlichen Tätigkeiten zeichnet sich dagegen nach einer schwach rückläufigen Tendenz ein deutlicher Anstieg ab, der mit der Kohorte der 1980/84 Geborenen einsetzt.

Die unterste Grafik in Abbildung 2 gibt die Entwicklung der Indikatoren zur sozialen Partizipation über die Geburtskohorten wieder. Es zeigt sich, dass die späteren Geburtsjahrgänge sich sowohl wesentlich häufiger mit Freunden treffen (mindestens wöchentlich) als auch häufiger anderen Personen helfen (mindestens monatlich). Die Trends beider Variablen verlaufen linear ansteigend und treten in allen Altersgruppen gleichermaßen auf. Davon abgesehen wird hinsichtlich des Items *Geselligkeit* ein Lebenslauffeffekt sichtbar: jüngere Personen treffen sich, unabhängig vom Geburtsjahr, wesentlich häufiger mit Freunden. Informelle Hilfeleistungen sind dagegen nur sehr schwach mit dem Alter assoziiert, tendieren jedoch in die gleiche Richtung.

Insgesamt deuten die Ergebnisse dieser Analysen nicht auf eine Erosion sozialen Kapitals in den letzten 20 Jahren in Westdeutschland hin; ganz im Gegenteil nehmen sowohl die Nutzung sozialer Vermittler (mit Ausnahme des Kirchgangs) als auch (und damit verbunden) die Häufigkeit geselligem Verhaltens und regelmäßiger Hilfeleistungen im Zeitverlauf zu.

### 4.3 Zusammenhang zwischen Nutzungsraten sozialer Vermittler und sozialer Partizipation

Der dritte empirische Schritt widmet sich dem Test der Hypothese des Zusammenhangs zwischen der Entwicklung der Gesamtnutzungsraten sozialer Vermittler und den mittleren sozialen Partizipationsraten. Zur Überprüfung werden zwei Regressionsanalysen auf Ebene der Geburtskohorten durchgeführt. Abhängige Variablen bilden die Items *Geselligkeit* und *Informelle Hilfe*.

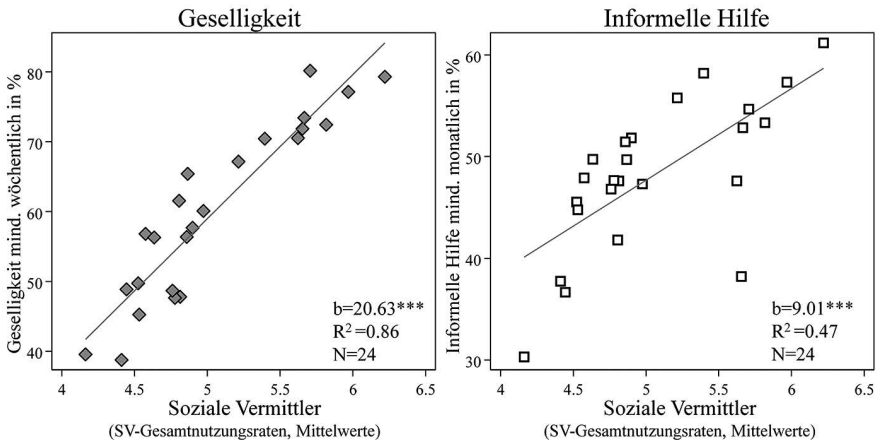
*melle Hilfe*. Erklärende Variable ist der Indikator *SV-Gesamtnutzungsraten*, der sich als additiver Index aus den vier SVs *Kirchgang*, *Ehrenamt*, *Aktiver Sport* und *Freizeitkonsum* zusammensetzt. Zur Konstruktion des Index wurden die vierstufigen Originalvariablen, bzw. im Falle des Freizeitkonsums der sechsstufige Freizeitkonsum-Index, aufaddiert. Die resultierende Variable weist einen Wertebereich zwischen 0 und 15 auf. Ein hoher Wert bringt hohe, ein niedriger Wert geringe Nutzungsraten zum Ausdruck.

Um die Regressionen durchzuführen, wurden die Daten auf Geburtskohortenebene aggregiert. Dazu sind für jede der in Abbildung 2 verzeichneten Kombinationen aus Geburts- und Altersklassen Mittelwerte über die abhängigen Variablen (Geselligkeit, Informelle Hilfe) und die unabhängige Variable (SV-Gesamtnutzungsraten) berechnet worden. Insgesamt liegen für die Analysen 24 Fälle vor. Die Mittelwerte jeden Datenpunktes beruhen auf mindestens 241 Beobachtungen.

In Abbildung 3 sind die Ergebnisse der Regressionen in Form von Zusammenhangsgrafiken wiedergegeben. Die x-Achse weist die SV-Gesamtnutzungsraten aus, die y-Achse die Mittelwerte über die Items *Geselligkeit* (linke Grafik) und *Informelle Hilfe* (rechte Grafik). Die Marker bezeichnen die x- und y-Koordinaten jeder Geburts-/Altersklasse; die eingezeichnete Linie stellt die Lage der Regressionsgeraden dar.

Beide Zusammenhangsanalysen weisen eine stark positive Assoziation zwischen dem SV-Indikator und den Items *Geselligkeit* und *Informelle Hilfe* aus. Insbesondere die linke Grafik legt nahe, dass eine Erhöhung der allgemeinen SV-Nutzungsraten mit einer erheblichen (linearen) Steigerung sozialer Partizipation einhergeht. Dies zeigt sich zum einen innerhalb der Grafik, zum anderen anhand des positiven, höchstsignifikanten b-Koeffizienten in der Regressionsanalyse. Der SV-Indikator allein erklärt 86% der Varianz auf der abhängigen Variable.

Abbildung 3: Zusammenhang zwischen SV-Nutzung und sozialer Partizipation (Kohortenebene)



Der Zusammenhang zwischen SV-Nutzungsraten und informeller Hilfe ist zwar aufgrund einiger Ausreißer deutlich schwächer ausgeprägt. Dennoch ist der Zusammenhang innerhalb der Graphik leicht erkennbar und manifestiert sich in der bivariaten Regression in einem positiven und höchstsignifikanten b-Wert. Die Erklärungskraft des Modells liegt immerhin noch bei 47%.

Die Ergebnisse der Analysen zeigen damit, dass die Frequenz sozialer Partizipation signifikant mit den Gesamtnutzungsraten sozialer Vermittler korreliert ist. Auch wenn die kausale Beziehung methodisch nicht nachweisbar ist, so legt dieses Resultat doch die Vermutung nahe, dass mit steigender Verfügbarkeit und Nutzung solcher sozialen Produkte die Intensität des sozialen Prozesses insgesamt ansteigt.

## 5. Zusammenfassung und Ausblick

Ausgangspunkt des Beitrags war die These, dass westlichen Gesellschaften eine Erosion ihrer solidarischen Basis drohe. Aufgrund der zunehmenden Abnahme der Beteiligung von Individuen in kirchlichen und zivilgesellschaftlichen Vereinigungen, die im Dienst der Produktion und Reproduktion informeller Netzwerke stehen, kommt es zu einem Verlust sozialer Beziehungen und damit des gesellschaftlichen Sozialkapitals (Putnam 2000).

Im Gegensatz dazu wurde hier die These vertreten, dass diese Schlussfolgerung – zumindest für Westdeutschland – nicht haltbar sei. Postuliert wurde stattdessen, dass sich im Zeitverlauf lediglich die Kontexte, in denen soziale Praktiken ausgelebt und die Mittel, mit deren Hilfe sie reproduziert werden, verändern. Dabei kommt es, so die zentrale Hypothese, zu einer Verdrängung traditioneller Formen sozialer Partizipation durch marktvermittelte Partizipationsformen.

Im theoretischen Teil wurde zunächst das Konzept sozialer Vermittler (SV) eingeführt. SVs bezeichnen im weitesten Sinne Gelegenheitsstrukturen des Treffens, symbolische Medien und Aktivitätsschemata, die die Katalyse sozialer Beziehungen fördern. Unterschieden wurden drei Typen sozialer Vermittler: traditionelle, semi-traditionelle und kommodifizierte SVs. Es wurde angenommen, dass diese zwar ähnliche Wirkungen hinsichtlich der Katalyse sozialer Praktiken entfalten, dazu jedoch unterschiedliche Inventarelemente zum Einsatz bringen.

Der theoretischen Darstellung schlossen sich drei empirische Fragen an, die im zweiten Teil der Studie überprüft wurden. Erstens wurde das Konzept sozialer Vermittler auf den Prüfstand gestellt. Getestet wurde, ob ein positiver Zusammenhang zwischen der Nutzung verschiedener SV-Typen und der Häufigkeit sozialer Partizipation bzw. der Netzwerkgröße besteht. Zweitens wurde die Entwicklung der Nutzungsraten unterschiedlicher SV-Typen bestimmt und drittens galt es, den Zusammenhang zwischen der SV-Nutzung und der sozialen Partizipation über die Zeit hinweg zu analysieren.

Im Hinblick auf die erste Frage zeigen die Ergebnisse, dass vier der fünf als SVs veranschlagten Indikatoren signifikant positiv mit sozialer Partizipation – gemessen über die Items *Geselligkeit*, *Informelle Hilfe* und *Anzahl (enger) Freunde* – zusammenhängen. Der stärkste Effekt geht dabei jeweils vom Freizeitkonsum als kommodifizierter Variante sozialer Vermittler aus. Darüber hinaus erweisen sich aber auch traditionelle (Kirchgang) und semi-traditionelle SVs (Ehrenamt, Aktiver Sport) als wirksam, während der genuine Effekt politischer Partizipation marginal ist.

Was die Entwicklung der Nutzung verschiedener SV-Typen über die Zeit betrifft, so zeigt die Trendanalyse einen deutlichen Anstieg des kommodifizierten SV-Typus (Sport und Freizeitkonsum) und eine leichte Zunahme ehrenamtlicher Aktivitäten. Die Kirchgangsraten waren dagegen rückläufig.<sup>8</sup> Noch deutlicher zeigten sich diese Tendenzen innerhalb der Kohortenanalyse, die auf Grundlage von neun Geburtsjahrgängen (1950-1994) über vier Altersgruppen (20-39 Jahre) erstellt wurden. Die Ergebnisse ergaben steigende Nutzungsraten in den jüngeren gegenüber den älteren Kohorten im Hinblick auf den Freizeitkonsum, Sport und ehrenamtliche

8 Zur Diskussion der Ursachen dieser Entwicklung, die sich mit den Ergebnissen anderer Studien im Wesentlichen deckt, vgl. u.a. Pollack / Pickel 2003; Wolf 2008; Hirschie 2013.

Tätigkeiten. Einzig der Kirchgang als vierter wirksamer SV verlor über die Geburtsjahrgänge hinweg an Bedeutung. Damit wird die Hypothese bestätigt, dass es im Zeitverlauf – neben der Zunahme der Nutzung semi-traditioneller SVs (vor allem ehrenamtlicher Tätigkeiten) zu einem Anstieg der Nutzungsraten kommodifizierter und zu einer Abnahme traditioneller Formen sozialer Vermittler gekommen ist.<sup>9</sup> Gleichzeitig steigt die soziale Partizipation (Geselligkeit, informelle Hilfe) besonders in den jüngeren gegenüber den älteren Geburtskohorten.

Die Ergebnisse verdeutlichen damit, dass die von Putnam (2000) für die USA diagnostizierte Korrosion sozialen Kapitals in Westdeutschland zwischen 1984 und 2012 nicht in Erscheinung tritt. Ganz im Gegenteil wird im Zeitverlauf sogar eine Zunahme sozialer Aktivitäten, informeller Hilfe und ehrenamtlicher Tätigkeiten sichtbar. Dass die Befunde Putnams aus den USA auf Westeuropa nicht übertragbar sind, ist indessen kein neuer Befund. So zeigen Gabriel et al. (2002), dass in den meisten Ländern Europas, auch in Deutschland, zwar Fluktuationen über die Jahre hinsichtlich der Mitgliedschaft in verschiedenen sozialkapitalrelevanten Vereinigungen auftreten, jedoch nur die Mitgliedschaft in Gewerkschaften oder Berufsverbänden einen stark abnehmenden Verlauf nimmt (S. 47 ff.). Zum gleichen Ergebnis kommt auch Adam (2008) auf Grundlage von Auswertungen der Daten des European Value Survey. Seine Schlussfolgerung, dass „social capital in Europe (...) is generally not eroding“ (Adam 2009: 167) wird in dieser Studie für Deutschland bestätigt.

Im dritten empirischen Teil wurde schließlich geprüft, ob soziale Partizipation auf der Aggregatebene und im Zeitverlauf systematisch mit den Gesamtnutzungsraten verschiedener SVs zusammenhing. Es zeigte sich eine signifikant positive Assoziation des SV-Indikators (additiver Index verschiedener Typen sozialer Vermittler) mit den Indikatoren *Geselligkeit* und *Informeller Hilfe*. Das Resultat kann als vorläufiger Beleg für die Annahme gelesen werden, dass die Intensität des sozialen Lebens innerhalb einer Gesellschaft (bzw. innerhalb bestimmter Subgruppen) durch die Verfügbarkeit und die (Möglichkeiten der) Nutzung materieller und symbolischer Vermittler beeinflusst wird.

Nur angedeutet aber weder theoretisch elaboriert noch empirisch bearbeitet wurde hingegen die Frage nach den Konsequenzen dieser Entwicklung im Hinblick auf den Charakter sozialer Beziehungen. Dabei liegt die Vermutung durchaus nahe, dass verschiedenartige SV-Typen soziale Bindungen auf unterschiedliche Weise katalysieren. Denkbar wäre beispielsweise eine zunehmende Dominanz offener gegenüber geschlossener, flüchtiger gegenüber stabiler oder distanzierter gegenüber enger Bindungen als Folge des Wandels des Inventars sozialer Vermittler; das heißt als Folge der Verbreitung von SV-Typen, die solche Beziehungsarten bevorzugt reproduzieren. Ob dies tatsächlich der Fall ist, müssen jedoch nachfolgende Studien klären.

9 Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Kontext, in dem sportliche Aktivitäten ausgeübt werden, in den letzten Jahrzehnten einer zunehmenden Vereinnahmung durch den Markt unterlag. Zum einen hat sich ein differenziertes System marktbasierter Sportinfrastrukturen wie Fitnessstudios, Yogaschulen oder Kletterhallen herausgebildet (Gronau 2012). So zählen die deutschen Fitnessstudios „im vergangenen Jahr [2013] 8,55 Millionen Mitglieder, acht Prozent mehr als im Vorjahr – und 1,7 Millionen mehr als die Vereine des traditionellen Volkssports Fußball“ (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17.9.2014: 19). Marktbasierter Anbieter treten daher zunehmend in Konkurrenz zum Sportverein; erschließen darüber hinaus aber auch neue Kundenkreise, die durch traditionelle Anbieter nicht angesprochen werden. Zum anderen hat der Konsummarkt klassische Betätigungsfelder wie Laufen, Radfahren oder Fußball erschlossen. Dies geschieht vorwiegend durch Marketingmaßnahmen, mit deren Hilfe bestimmte Aktivitätsschemata mit dem Konsum von Markenprodukten verschmolzen (und kulturell aufgewertet) werden (vgl. etwa die Nike-Kampagnen, die Holt / Cameron 2010 beschreiben). Die Vermutung liegt daher nahe, dass der Anstieg aktiven Sports in erster Linie auf Aktivitätsschemata zurückgeht, die ihrem Charakter nach kommodifiziert und weniger auf solche, die traditionell (bzw. semi-traditionell) verankert sind.

## Literatur

- Adam, F. (2008): Mapping Social Capital Across Europe: Findings, Trends and Methodological Shortcomings of Cross-National Surveys, in: *Social Science Information* 47: 159–186.
- Allan, G. (1979): *A Sociology of Friendship and Kinship*, London.
- Andréß, H.-J. / K. Golsch / A. W. Schmitt (2013): *Applied Panel Data Analysis for Economic and Social Surveys*, Berlin.
- Boggs, C. (2001): Social Capital and Political Fantasy: Robert Putnam's Bowling Alone, in: *Theory and Society* 3: 281–297.
- Bourdieu, P. (1996): *Die feinen Unterschiede – Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt / Main.
- Cova, B. (1997): Community and Consumption. Towards a Definition of the 'Linking Value' of Product or Services, in: *European Journal of Marketing* 31: 297–316.
- Curtis White, K. J. / Guest, A. M. (2003): Community Lost or Transformed? Urbanization and Social Ties, in: *City & Community* 2: 239–259.
- Douglas, M. / B. Isherwood (1996): *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, London.
- Durkheim, É. (1981): Einführung in die Sozialwissenschaft an der Universität Bordeaux 1887–1888, in: L. Heisterberg (Hrsg.): *Emile Durkheim. Frühe Schriften zur Begründung der Sozialwissenschaft*, Neuwied: 25–52.
- Durkheim, É. (1992): *Über soziale Arbeitsteilung. Studie über die Organisation höherer Gesellschaften*, Frankfurt / Main.
- Durkheim, É. (1965): *Die Regeln der soziologischen Methode*, Neuwied.
- Durkheim, É. (1994). *Die elementaren Formen des religiösen Lebens*, Frankfurt / Main.
- Feld: L. (1981): The Focused Organisation of Social Ties, in: *American Journal of Sociology* 86: 1015–1035.
- Feld: L. / W. C. Carter (1998): Foci of Activity as Changing Contexts for Friendship, in: Adams, R. / G. Allan (Hrsg.), *Placing Friendship in Context*, Cambridge: Cambridge University Press: 136–152.
- Field, J. (2003): *Social Capital*, London: Routledge.
- Fischer, C. S. (1975): Toward a Subcultural Theory of Urbanism, in: *American Journal of Sociology* 80: 1319–1341.
- Fischer, C. S. (1982): *To Dwell Among Friends: Personal Networks in Town and City*, Chicago / IL.
- Fischer, C. S. (2005): Bowling Alone. What's the Score?, in: *Social Networks* 27: 155–167.
- Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*, New York.
- Frick, J. R. / S. P. Jenkins / D. R. Lillard / O. Lipps / M. Wooden (2007): The Cross-National Equivalent File (CNEF) and its Member Country Household Panel Studies, *Schmollers Jahrbuch* 127: 626–654.
- Gabriel, O. W. / V. Kunz / S. Roßteutscher / J. van Deth (2002): *Sozialkapital und Demokratie. Zivilgesellschaftliche Ressourcen im Vergleich*, Wien.
- Gisselmann, M. / M. Windzio (2012): *Regressionsmodelle zur Analyse von Paneldaten*, Wiesbaden.
- Gronau, N. (2012): Die Entwicklung kommerzieller Fitnessanbieter in Deutschland, *Sciamus – Sport und Management* 3: 10–19.
- Hirschle, J. (2012): Religiöser Wandel in der Konsumgesellschaft, in: *Soziale Welt* 63: 14–162.
- Hirschle, J. (2013): 'Secularization of Consciousness' or Alternative Opportunities? Economic Growth and Religious Change in 13 European Countries, in: *Journal for the Scientific Study of Religion* 52: 410–424.
- Hirschle, J. (2014): Consumption as a Source of Social Change, in: *Social Forces* 92:1405–1433.
- Holt, D. B. (2004): *How Brands become Icons. The Principles of Cultural Branding*, Boston / MA.

- Holt, D. B. / D. Cameron (2010): *Cultural Strategy. Using Innovative Ideologies to Build Breakthrough Brands*, Oxford.
- Illouz, E. (1997): *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*, Berkeley / CA.
- Jensen, R. (2006): *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*, New York.
- Klein, T. / A. Lengerer (2001): Gelegenheit macht Liebe. Die Wege des Kennenlernens und ihr Einfluss auf die Muster der Partnerwahl, in: Thomas Klein (Hrsg.), *Partnerwahl und Heiratsmuster: Sozialstrukturelle Voraussetzungen der Liebe*, Opladen: 265-285.
- Ling, R. (2010): *New Tech, New Ties: How Mobile Communication Is Reshaping Social Cohesion*, Cambridge / MA.
- Long, J. S. / J. Freese (2006): *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata*, College Station / TX.
- Mayer, M. (2003): The Onward Sweep of Social Capital: Causes and Consequences for Understanding Cities, Communities and Urban Movements, in: *International Journal of Urban and Regional Research* 27: 110-132.
- McCracken, G. (1990): *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*, Bloomington / IN.
- Mewes, J. (2010): *Ungleiche Netzwerke – Vernetzte Ungleichheit: Persönliche Beziehungen im Kontext von Bildung und Status*, Wiesbaden.
- Nicholson, M. / R. Hoye (2008): *Sport and Social Capital*, Amsterdam.
- Pickering, W. (1984): *Durkheims' Sociology of Religion. Themes and Theories*, London.
- Pine, B. J. / J. H. Gilmore (1999): *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*, Boston / MA.
- Pollack, D. / G. Pickel (2003): Deinstitutionalisierung des Religiösen und religiöse Individualisierung in Ost- und Westdeutschland, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 55: 447-474.
- Putnam, R. D. (2000): *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York.
- Simmel, G. (1903): Die Großstädte und das Geistesleben, in: K. Bücher (Hrsg.): *Die Großstadt*, Dresden: 185-206.
- Streeck, W. (2012): Citizens as Customers. Considerations on the New Politics of Consumption, in: *New Left Review* 76: 27-47.
- Twisk, J. W. R. (2006): *Applied Multilevel Analysis*, Cambridge / MA.
- Van Ingen, E. / K. Van Eijck (2009): Leisure and Social Capital: An Analysis of Types of Company and Activities, in: *Leisure Sciences* 31: 192-206.
- Wagner, G. G. / J. R. Frick / J. Schupp (2007): The German Socio-Economic Panel Study (SOEP) – Scope, Evolution and Enhancements, in: *Schmollers Jahrbuch* 127: 139-169.
- Wilson, B. R. (1976): Aspects of Secularization in the West, in: *Japanese Journal of Religious Studies* 3: 259-276.
- Wirth, L. (1938): Urbanism as a Way of Life, in: *American Journal of Sociology* 44: 1-24.
- Wolf, C. (2008): How Secularized is Germany? Cohort and Comparative Perspectives, in: *Social Compass* 55: 111-126.

PD Dr. Jochen Hirsche  
Goethe-Universität Frankfurt am Main  
Institut für Soziologie  
Theodor-W.-Adorno-Platz 6  
60629 Frankfurt am Main  
hirsche@soz.uni-frankfurt.de

Dr. Tuuli-Marja Kleiner  
FernUniversität Hagen  
Institut für Politikwissenschaft  
Universitätsstraße 33  
58084 Hagen  
tuuli-marja.kleiner@fernuni-hagen.de

