

1	Einleitung	1
2	Wandel von Protestpartizipation im Zuge der Digitalisierung	13
2.1	Definition zentraler Begriffe und Konzepte	14
2.1.1	Protest	14
2.1.2	Soziale Bewegungen	16
2.1.3	Internet und Social Media	19
2.1.4	Information and Communication Technologies (ICTs)	22
2.2	Protesträume	23
2.2.1	Protestraum Straße	23
2.2.2	Protestraum Massenmedien	25
2.2.3	Protestraum Internet	27
2.2.4	Zwischenfazit: Protesträume als hybride Räume	39
2.3	Hybrid-Organisationen, Grassroots-Campaigning und Hybrid Media Activism	41
2.4	Neue Formen des Protests: Von Clicktivism bis Lifestyle Politics	50
2.4.1	Protestpartizipation als niedrighschwelliges Handeln	51
2.4.2	Protestpartizipation als konnektives und individualisiertes Handeln	60
2.4.3	Protestpartizipation als Lifestyle-orientiertes Handeln	67
3	Methode	77
3.1	Erläuterungen zum Mixed-Method-Ansatz und zum Vorgehen im Feld	77

3.2	Explorativer, offener und qualitativer Ansatz in Anlehnung an die Grounded Theory Methode (GTM)	84
3.3	Faktoren für die Sample-Zusammensetzung	86
3.4	Sample-Zusammensetzung	88
3.4.1	Kurzbeschreibung der Interview-Partner*innen	88
3.4.2	Übersicht über Interview-Partner*innen nach Auswahl Faktoren	93
3.5	Kategorienbildung nach der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse	93
3.6	Typenbildung	96
4	Forschungsgegenstand und historische Einordnung	99
4.1	Die Geschichte der Umweltschutz-Bewegung in Deutschland	99
4.2	MoveOn, Campact, Change.org und der BUND: Konzept, Positionen und Strategien	117
5	Voraussetzungen und Motive für Protestpartizipation in der Umweltschutz-Bewegung – Empirische Befunde	131
5.1	Ressourcen: Kompetenzen und Voraussetzungen für Protestpartizipation	132
5.1.1	Ressourcen-Theorien zur Erklärung von Protestpartizipation	132
5.1.2	„Ich wünschte mir, ich hätte noch mehr Zeit für die Politik.“ – Die Wichtigkeit von Ressourcen für zivilgesellschaftliches Engagement	148
5.2	Demokratie und Bürgerschaftsverständnis	174
5.2.1	Theoretische Konzepte von Demokratie und Bürgerschaft als Erklärung von Protestpartizipation	174
5.2.2	„[...] das ist eigentlich ein Muss für jeden, der ein bisschen Verstand hat [...]“ – Bürgerschaftsverständnisse als Erklärung für Protestpartizipation	192
5.3	Emotionen und Affekte	244
5.3.1	Ursprung und Entstehung von Engagementbereitschaft und persönliche Motivation	250
5.3.1.1	Forschungsansätze zum Ursprung von Engagementbereitschaft und zur persönlichen Motivation	250

5.3.1.2	„[...] in der Situation kam dann Tschernobyl, das war 86, ich war schwanger im dritten Monat [...]“ – Individuelle Ursprünge von Engagement und persönliche Motivationen	263
5.3.2	Kollektive Identität und Mitgliedschaft	333
5.3.2.1	Theoretische Ansätze zu kollektiver Identität und Mitgliedschaftsverständnissen	333
5.3.2.2	„Brüder im Geiste“ – Die Wichtigkeit von kollektiver Identität und Mitgliedschaft für zivilgesellschaftliches Engagement	344
5.4	Zwischenfazit	378
6	Praktiken: Die Protest-Aktivist*innen der Umweltschutz-Bewegung auf der Straße, im Web 1.0 und im Web 2.0	399
6.1	Protestpraktiken und Praxistheorie – eine theoretische Annäherung	399
6.2	Intensität des Engagements und Handlungsrepertoires der Aktiven	404
6.2.1	„[...] 30 Stunden in der Apotheke und 30 Stunden Biologie für den BUND ehrenamtlich.“ – Zur Intensität des Engagements	404
6.2.2	„Und ansonsten gibt's die großen Demos natürlich ein paar Mal im Jahr.“ – Handlungsrepertoire der Interview-Partner*innen	411
6.2.3	„Was mich bei Campact und auch BUND überzeugt hat, waren auch die Offline-Auftritte.“ – Meinungen zum Handlungsrepertoire bei Campact und dem BUND	422
7	Einstellungen zu Straßenprotest und Netzaktivismus	429
7.1	Positionen zu Straßenprotest	429
7.2	Positionen zu Netzprotest	444
7.3	Positionen zur Clicktivism-Kritik	478
8	Typen von Protest-Aktivist*innen	495
8.1	Typ Web 1.0	497
8.2	Typ Web 2.0	501
8.3	Typ Prosumerin	504

9 Wandel von Bürgerschaft? Ein Fazit zur Online- und Offline-Protestpartizipation	513
9.1 Zusammenfassung und Diskussion der Forschungsergebnisse	514
9.2 Typenbildung	528
9.3 Ausblick und Forschungsdesiderat	532
Quellenverzeichnis	537