

Wirtschaft + Gesellschaft

Sebastian Nessel

Verbraucher- organisationen und Märkte

Eine wirtschaftssoziologische Untersuchung

 Springer VS

Wirtschaft + Gesellschaft

Reihenherausgeber

Andrea Maurer
Universität Trier, Deutschland

Uwe Schimank
Universität Bremen, Deutschland

Weitere Informationen zu dieser Reihe finden Sie unter
<http://www.springer.com/series/12587>

Wirtschaft und Gesellschaft ist ein wichtiges Themenfeld der Sozialwissenschaften. Daher diese Buchreihe: Sie will zentrale Institutionen des Wirtschaftslebens wie Märkte, Geld und Unternehmen sowie deren Entwicklungsdynamiken sozial- und gesellschaftstheoretisch in den Blick nehmen. Damit soll ein sichtbarer Raum für Arbeiten geschaffen werden, die die Wirtschaft in ihrer gesellschaftlichen Einbettung betrachten oder aber soziale Effekte des Wirtschaftsgeschehens und wirtschaftlichen Denkens analysieren. Die Reihe steht für einen disziplinären wie theoretischen Pluralismus und pflegt ein offenes Themenspektrum.

Herausgegeben von

Andrea Maurer, Universität Trier

Uwe Schimank, Universität Bremen

Beirat

Jens Beckert, Max-Planck-Institut, Köln

Anita Engels, Universität Hamburg

Stefanie Hiß, Universität Jena

Sighard Neckel, Universität Hamburg

Sebastian Nessel

Verbraucherorganisationen und Märkte

Eine wirtschaftssoziologische Untersuchung

Sebastian Nessel
Karl-Franzens-Universität
Graz, Österreich

Wirtschaft + Gesellschaft
ISBN 978-3-658-11033-8 ISBN 978-3-658-11034-5 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-11034-5

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Cori A. Mackrodt

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature
Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Inhalt

Tabellenverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XI
Danksagung	XIII
<i>Andrea Maurer & Uwe Schimank</i>	
Vorwort	XV
1 Einleitung: Verbraucherorganisationen und Märkte	1
Teil I: Theoretische und methodische Grundlagen der Untersuchung	9
2 Die traditionelle Sichtweise der Wirtschaftssoziologie: Die strukturelle, institutionelle und kulturelle Einbettung von Märkten	13
2.1 Was ist ein Markt? Eine soziologische Annäherung	14
2.2 Die strukturelle Einbettung von Märkten	19
2.3 Die institutionelle Einbettung von Märkten	34
2.4 Die kulturelle Einbettung von Märkten	51
2.5 Exkurs: Lucien Karpiks Ökonomie des Besonderen	62
2.6 Zwischenbetrachtung I: Systematisierung zentraler wirtschaftssoziologischer Ansätze und Verbraucherorganisationen als ihr Forschungsdesiderat	69

3	Verbraucherorganisationen in der sozialwissenschaftlichen Diskussion	75
3.1	Verbraucherorganisationen in der politik- und wirtschaftswissenschaftlichen Diskussion	76
3.2	Kollektiv organisierte Konsumenten in der Theorie sozialer Bewegungen	96
3.3	Zwischenbetrachtung II: Ein Plädoyer für eine wirtschaftssoziologische Untersuchung von Verbraucherorganisationen	105
4	Methodische Anlage der Studie. Zur Konzeption der empirischen Untersuchung von Verbraucherorganisationen	111
Teil II: Eine wirtschaftssoziologische Untersuchung von Verbraucherorganisationen in Deutschland		125
5	Zielsetzungen, Strategien und soziale Einbettung von Verbraucherorganisationen in Deutschland	129
5.1	Marktstrukturierung durch politische Interessenvertretung, Verbraucherbildung und -beratung: Der Verbraucherzentrale Bundesverband und die Verbraucherzentralen	130
5.2	Marktstrukturierung durch vergleichende Warentests: Die Stiftung Warentest	146
5.3	Marktstrukturierung durch Verbraucherinformation und Unternehmensdialog: Die Verbraucherinitiative e.V.	160
5.4	Marktstrukturierung durch Beeinflussung der Öffentlichkeit: Foodwatch e.V.	173
5.5	Marktstrukturierung durch Unternehmens-Konsumentendialog: Utopia AG und Stiftung	186
5.6	Eine Klassifizierung von Verbraucherorganisationen in Deutschland	199
6	Ein fallübergreifender Vergleich der Effekte von Verbraucherorganisationen auf Marktobjekte, Marktteilnehmerschaft und Marktwettbewerb	215
6.1	Effekte der Verbraucherinformation auf Marktobjekte, Marktteilnehmerschaft und Marktwettbewerb	216
6.1.1	Effekte spezifischer Verbraucherinformation auf Marktobjekte, Marktteilnehmerschaft und Marktwettbewerb	216

6.1.2	Effekte der allgemeinen Verbraucherinformation auf Marktobjekte, Marktteilnehmerschaft und Marktwettbewerb	224
6.2	Effekte des Unternehmensdialoges auf Marktobjekte, Marktteilnehmerschaft und Marktwettbewerb	230
6.3	Effekte politischer und juristischer Strategien auf Marktobjekte, Marktteilnehmerschaft und Marktwettbewerb	236
6.4	Effekte von Kampagnen auf Marktobjekte, Marktteilnehmerschaft und Marktwettbewerb	249
7	Kollektive Akteure und die Strukturierung von Märkten. Zum Einfluss von Verbraucherorganisationen auf Marktobjekte, Marktteilnehmerschaft und Marktwettbewerb	257
	Literaturverzeichnis	279

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Systematisierung zentraler Ansätze der Neueren Wirtschaftssoziologie	74
Tabelle 2	Übersicht über die Datenbasis der Untersuchung	120
Tabelle 3	Finanzierungs- und Organisationsstrukturen ausgewählter Verbraucherzentralen	138
Tabelle 4	Strategien des Verbraucherzentrale Bundesverbands e.V. Verbraucherzentralen der Bundesländer und Deutsche Stiftung Verbraucherschutz	139
Tabelle 5	Strategien von Verbraucherorganisationen in Deutschland	200
Tabelle 6	Unterscheidungsmerkmale von Verbraucherorganisationen in Deutschland	214

Abkürzungsverzeichnis

AgV	Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände e.V.
BDI	Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
BMELV	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
BMWI	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
BEUC	Bureau Européen des Unions de Consommateurs
BVL	Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e.V.
CSR	Corporate Social Responsibility
DSV	Deutsche Stiftung Verbraucherschutz
EVZ	Europäisches Verbraucherzentrum Deutschland e.V.
FW	Foodwatch e.V.
HDE	Handelsverband Deutschland e.V.
I	Abkürzung für Interview (mit nachfolgender Organisationsabkürzung und Nummer des Interviews, z. B. I vzbv 1)
STW	Stiftung Warentest
SZ	Süddeutsche Zeitung
VI	Verbraucherinitiative e.V.
VO	Verbraucherorganisation bzw. Verbraucherorganisationen
VZ	Verbraucherzentralen der Bundesländer
vzbv	Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Danksagung

Wissenschaftliche Arbeiten sind das Ergebnis kollektiver Anstrengung und kollektiven Wissens. Dies trifft umso mehr für eine Dissertation zu, deren erweiterte und überarbeitete Form Grundlage dieses Buches ist. Ich möchte an dieser Stelle all jenen Menschen danken, die zur Fertigstellung dieser Arbeit beigetragen haben. Ohne die Motivation von Klaus Kraemer zur Aufnahme einer Dissertation im Fach Soziologie im Jahr 2011 wäre diese Arbeit vielleicht nie in Angriff genommen worden. Für seine fachliche und persönliche Unterstützung in den letzten Jahren, die vielen Diskussionen über die Wirtschaftssoziologie und darüber hinaus möchte ich mich herzlich bedanken. Meinem Zweitgutachter der Dissertation, Franz Höllinger, danke ich für die weiterführenden Kommentare zu einer ersten Fassung dieser Arbeit. Ohne eine finanzielle Förderung der Karl-Franzens-Universität Graz wäre es weit schwieriger gewesen, die geführte empirische Untersuchung derart auszuweiten. Die Einbindung in das Institut für Soziologie der Karl-Franzens-Universität Graz waren ein wichtiger Rückhalt für das wissenschaftliche Arbeiten. Durch ihre persönliche Unterstützung und ihre Kommentare zu den ersten Entwürfen dieser Arbeit sowie ihrer Durchsicht haben zahlreiche meiner Freunde an ihrer Entstehung mitgewirkt, allem voran Sandro L'Assainato, Frithjof Nungesser, Robin Radtke und Gwendolyn Schrott. Lisa Ande kann ich hier nicht genügend würdigen, sie stand mir immer persönlich und fachlich zur Seite und hat alle Höhen und Tiefen während der Entstehung dieser Arbeit mitgemacht. Ohne die Mithilfe von Martina Böhme und Elisabeth Schober wäre der Text weit schwieriger zu lesen. Siggie Scheicher hat die letzten Feinheiten übernommen. Schließlich möchte ich Andrea Maurer und Uwe Schimank danken, dass sie die Arbeit zur Aufnahme in die Reihe „Wirtschaft + Gesellschaft“ des Verlages Springer VS empfohlen haben sowie stellvertretend für den Verlag Cori Mackrodt für die Begleitung und Unterstützung dieses Vorhabens.

Gewidmet ist diese Arbeit meinen Eltern Ingeborg und Gunther Nessel.

