

Lisa Suckert

# **Die Dynamik ökologischer Märkte**

**Eine feldanalytische Betrachtung  
des Marktes für Bio-Molkereiprodukte**

HERBERT VON HALEM VERLAG

Die vorliegende Arbeit wurde im Jahr 2015 als Dissertation an der Fakultät Sozial- und Wirtschaftswissenschaften der Otto-Friedrich-Universität Bamberg angenommen.

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

Lisa Suckert

*Die Dynamik ökologischer Märkte.*

*Eine feldanalytische Betrachtung des Marktes für Bio-Molkereiprodukte*

Köln: Halem, 2017

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung  
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner  
Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne  
schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung  
elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,  
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2015 (978-3-86764-573-7)

ISBN 978-3-7445-0874-2 (Print)

ISBN 978-3-7445-0876-6 (ePDF)

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22, 51063 Köln

Tel.: +49(0)221-92 58 29 0

E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

URL: <http://www.halem-verlag.de>

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	15
<b>1 Ökologische Märkte.....</b>	<b>25</b>
1.1 Eine begriffliche Näherung.....	25
1.2 Politischer Rahmen: Umweltpolitik als Ökologische Modernisierung ...	29
1.2.1 Deutsche Umweltpolitik im Umbruch.....	30
1.2.2 Der Markt als umweltpolitisches Förderziel.....	31
1.2.3 Das umweltpolitische Instrumentarium der Ökologischen Modernisierung.....	34
1.3 Ökologische Märkte als moralisierte Märkte.....	38
1.3.1 Die Moralisierung von Märkten.....	39
1.3.2 Moralisierte Märkte, Moralmärkte und die Ambivalenz ökologischer Märkte .....	42
1.4 Zwischenfazit.....	45
<b>2 Theorie des Marktes: Ökonomische und soziologische Zugänge.....</b>	<b>47</b>
2.1 Ökonomische Zugänge .....	48
2.1.1 Diffusions- und Lebenszyklusmodelle: Ökologischer Branchenlebenszyklus .....	49
2.1.2 Neue Institutionenökonomik: Ökologischer Mehrwert als Informationsproblem.....	53
2.2 Wirtschafts- und marktsoziologische Zugänge.....	61
2.2.1 Die Voraussetzungshaftigkeit marktlicher Koordination .....	62
2.2.2 Soziale Mechanismen zur Lösung der Koordinationsprobleme .....	65
2.2.3 Die dynamische Stabilität von Märkten.....	70
2.2.4 Die Besonderheit ökologischer Märkte .....	71
2.3 Zwischenfazit.....	73
<b>3 Macht, Kampf und Wertigkeit: Eine feldanalytische Perspektive auf die Funktionsweise von Märkten .....</b>	<b>75</b>
3.1 Pierre Bourdieu: Märkte als ökonomische Felder .....	76
3.1.1 Grundzüge der Bourdieu'schen Feldtheorie .....	76
3.1.2 Die Ökonomie(n) des Sozialen .....	87
3.1.3 Wandel und Stabilität in Feldern .....	93
3.2 Bedeutung des Bourdieu'schen Ansatzes für die Marktsoziologie .....	97
3.2.1 Marktsoziologische Erklärungskraft des Ansatzes .....	99

3.2.2	Marktsoziologische Schwächen und Kritik .....	107
3.3	Economie des Conventions: Theorie der Rechtfertigung .....	110
3.3.1	Grundzüge der Theorie der Rechtfertigung .....	112
3.3.2	Abgrenzung zur Bourdieu'schen Feldtheorie .....	123
3.3.3	Gemeinsamkeiten und Anknüpfungspunkte .....	125
3.4	Zwischenfazit .....	128
<b>4</b>	<b>Die Analyse ökologischer Märkte: feldtheoretischer Rahmen und feldanalytisches Forschungsdesign .....</b>	<b>131</b>
4.1	Ein feldtheoretisches Konzept ökologischer Märkte .....	131
4.1.1	Ökologische Märkte als Felder .....	132
4.1.2	Ambivalenz ökologischer Märkte .....	135
4.1.3	Die soziale Konstruktion der Wertigkeit ökologischer Güter.....	139
4.2	Ein feldanalytisches Forschungsdesign .....	143
4.2.1	Grundlegende Zielsetzung der empirischen Studie .....	144
4.2.2	Methodischer Werkzeugkasten: Korrespondenz- und Diskursanalyse .....	149
4.2.3	Forschungsdesign.....	162
4.3	Zwischenfazit .....	166
<b>5</b>	<b>Der Markt für ökologische Molkereiprodukte 1985–2011.....</b>	<b>169</b>
5.1	Spezifika des Untersuchungsgegenstandes .....	170
5.2	1985 bis 2011: Vier Phasen des Wachstums .....	178
5.3	Die diskursive Abgrenzung des Marktes .....	182
5.3.1	Die Themen: Was bewegt den Markt für ökologische Molkereiprodukte?.....	185
5.3.2	Die Marktakteure: Wer gehört zum Markt und wer nicht?.....	200
5.4	Zwischenfazit .....	208
<b>6</b>	<b>Die Peripherie des Marktes: Erzeuger, Handel, Konsumenten .....</b>	<b>211</b>
6.1	Erzeuger .....	214
6.1.1	Die Entstehung ökologischer Milchviehhaltung: Ideologische und praktische Prinzipien .....	215
6.1.2	Historische Entwicklung der Biomilch-Erzeugung .....	218
6.1.3	Bio-Erzeuger im Feld der Gegenwart .....	228
6.2	Handel .....	236
6.2.1	Historische Entwicklung des Handels mit Bio-Molkereiprodukten .....	239
6.2.2	Bio-Handel im Feld der Gegenwart .....	249
6.3	Konsumenten .....	256
6.3.1	Zur Problematik, Öko-Konsumenten methodisch greifbar zu machen ..	257
6.3.2	Historische Entwicklung des Konsums von Bio-Molkereiprodukten ..	262
6.3.3	Ökologisch orientierte Konsumentengruppen im Feld der Gegenwart ..	267
6.4	Zwischenfazit .....	276

<b>7</b>	<b>Der Kern des Marktes: Das Feld der Bio-Molkereien .....</b>	<b>279</b>
7.1	Bio-Molkereien in Deutschland .....	280
7.2	Die Kapitalien: Was unterscheidet Bio-Molkereien? .....	294
7.3	Positionen und historische Prägung: Drei Typen von Bio-Molkereien ..	302
7.4	Die Struktur des Marktes: Machtressourcen und Polarität .....	308
7.4.1	Die doppelte Dichotomie des Feldes .....	311
7.4.2	Die Marktmacht hybrider Positionen .....	315
7.5	Der Wandel über die Zeit: Veränderte Positionen, veränderte Kapitalstruktur .....	318
7.5.1	Feldpositionen im Wandel: Ökonomisierung und hybride Positionen ..	319
7.5.2	Kapitalstruktur im Wandel: Die Dopplung ökologischer Anerkennung .....	323
7.6	Zwischenfazit .....	327
<b>8</b>	<b>Die Ambivalenz des Bio-Marktes als Wechselspiel zweier Ökonomien.....</b>	<b>331</b>
8.1	Die Koexistenz von ökonomischer und symbolischer Ökonomie .....	333
8.2	Doppeltes Spiel: Das bewusste Vermeiden von Konfrontation.....	344
8.3	Konsekrationsinstanzen und die gefährdete Autonomie des Bio-Marktes .....	354
8.4	Zwischenfazit .....	366
<b>9</b>	<b>Bio-Molkereien als diskursive Konstrukteure: Die Genese ökologischer Produktqualität .....</b>	<b>369</b>
9.1	Das „gute“ ökologische Molkereiprodukt .....	371
9.2	Diskursive Positionierungen und Positionen im Feld der Gegenwart ..	375
9.3	Ökologische Produktqualität(en) als historisches Konstrukt .....	382
9.4	Der Wandel ökologischer Produktqualität als Wandel des Feldes .....	390
9.5	Diskursive Strategien und diskursives Durchsetzungsvermögen .....	398
9.6	Zwischenfazit .....	413
<b>10</b>	<b>Zusammenschau: Empirische und theoretische Implikationen .....</b>	<b>415</b>
10.1	Empirisches Fazit: Die Dynamik ökologischer Märkte .....	415
10.2	Theoretisches Fazit: Marktsoziologische Grenzen und Potentiale der Feldtheorie .....	423
	Literatur .....	433
	Anhang .....	460