

Simon Dombrowski

Die organisierte Hand des Marktes

Verbandliche Koordination
auf den deutschen Märkten
für biologische Lebensmittel



Springer VS

Die organisierte Hand des Marktes

Simon Dombrowski

Die organisierte Hand des Marktes

Verbandliche Koordination
auf den deutschen Märkten
für biologische Lebensmittel

Simon Dombrowski
Fachbereich Sozialwissenschaften
Universität Hamburg
Hamburg, Deutschland

Zugl. Diss. Universität Hamburg 2019

ISBN 978-3-658-27374-3 ISBN 978-3-658-27375-0 (eBook)
<http://doi.org/10.1007/978-3-658-27375-0>

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 GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

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 allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

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. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Wissenschaftliche Arbeiten, wie diese auf meiner Disseratation basierende Monographie, werden für gewöhnlich allein der Leistung des Autors zugeschrieben. Dies mag damit zu erklären sein, dass auf der Titelseite der Name des Autors das sichtbarste Zeichen der „Akteurskonstellation“ hinter einem wissenschaftlichen Beitrag darstellt. Zumindest für meine Dissertation weiß ich sicher, dass diese Arbeit nur dank der vielfältigen Unterstützung von Betreuern, Kolleginnen und Kollegen, Freundinnen und Freunden und meiner Familie möglich war. Deren vielfältige Beiträge möchte ich an dieser Stelle sichtbar machen und ihnen meinen herzlichen Dank aussprechen.

Mein erster Dank gilt Prof. Dr. Jürgen Beyer, der mir als wissenschaftlichem Mitarbeiter an seiner Professur erst die Möglichkeit gab, diese Arbeit zu verfassen. Als seinem Mitarbeiter hat er mir stets die notwendigen Freiräume für das Verfassen meiner Dissertation ermöglicht. Zudem danke ich ihm dafür, bei Bedarf immer für Gespräche über meine Arbeit zur Verfügung gestanden und mich mit seinen stets konstruktiven Vorschlägen unterstützte zu haben. Zudem hat er mir durch das Verfassen von Gutachten und das zur Verfügung gestellte Budget seines Arbeitsbereiches ermöglicht, meine Arbeit auf nationalen und internationalen Tagungen vorstellen zu können. In seinem wirtschafts- und organisationssoziologischen Kolloquium erhielt ich von ihm und den weiteren Teilnehmerinnen und Teilnehmern viele hilfreiche und anregende Vorschläge. Den studentischen Hilfskräften des Arbeitsbereichs danke ich dafür, dass sie mich über teils kürzere, teils längere Zeiträume bei meiner Arbeit unterstützt haben. Prof. Dr. Uwe Schimank danke ich für die vielen hilfreichen Fragen und Hinweise, die er mir während unserer Gespräche über die Arbeit gegeben hat, und für die Bereitschaft, diese Arbeit zu begutachten. Auch ihm und seinem Team möchte ich für die Möglichkeit, meine Arbeit im Kolloquium der Professur zu diskutieren, danken. Prof. Dr. Anita Engels danke ich für die Zweitbetreuung meines Dissertationsprojekts.

Für unzählige Diskussionen, Tipps, Ermutigungen und weitere Hilfestellungen nicht nur für diese Arbeit, sondern auch weit darüber hinaus danke ich Prof. Dr. Stefan Kirchner. Von ihm habe ich zunächst als studentische Hilfskraft und dann als Kollege sehr viel gelernt. Auch Dr. Lisa Knoll war immer bereit, mit mir über meine Arbeit zu sprechen, und hat mir viele wertvolle Hinweise gegeben. Durch

die Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Konstanze Senge an einigen Buchbeiträgen konnte ich erste Erfahrungen in der Publikation wissenschaftlicher Texte sammeln, die ich in diese Arbeit einbringen konnte. Auch Ihr und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gilt mein Dank für die Hinweise und Kommentare, die ich bei der Vorstellung meiner Arbeit im Kolloquium der Professur erhalten habe. Neben vielen schönen Mittagspausen und Treffen danke ich Dr. Janina Zeh für das gründliche und konstruktive Durcharbeiten des Kapitels 2, das hiervon enorm profitiert hat. Neben den Kommentaren zum Methodenteil danke ich Dr. Martina Maaß für ihre kontinuierliche Ermutigung und Unterstützung. Auch Sebastian Link und Annabarbara Friedrich haben mich neben ihrer Freundschaft durch das Lesen und Kommentieren von Teilen dieser Arbeit unterstützt. Ein großes Dankeschön soll an dieser Stelle auch Reinhard Sooß ausgesprochen werden, der das kompetente Korrektorat dieser Arbeit breitwillig übernommen hat.

Meinen Dank möchte ich auch allen aussprechen, die sich bei meinen Vorträgen für mein Forschungsprojekt interessiert und es mit mir diskutiert haben. Darunter die Teilnehmer der Tagungen „Jenseits des Wettbewerbs“ vom 9.-10.09.2015 an der Uni Mannheim und des von Prof. Jens Beckert, Prof. Pierre François und Prof. Olivier Godechot veranstalteten Doktoranden-Seminars „Recent Advances in Economic Sociology“ vom 17.-19.05.2016 an der Science Po, Paris.

Dank der Freundschaft von meinen Kolleginnen Alexandra Schlauch, Dr. Isabel Valdés Cifuentes und Kerstin Walz und meines Kollegen Eduardo Gresse bin ich auch in herausfordernden Phasen meiner Dissertation immer gerne zur Arbeit gegangen. Dafür, dass sie mir bei meinem Ziel, diese Doktorarbeit zu verfassen, immer Unterstützung und Rückhalt gegeben haben, danke ich meiner Familie und insbesondere meinen Eltern Christiane und Ulrich Dombrowski.

Hamburg, im Juli 2019

Simon Dombrowski

Zusammenfassung

Koordination auf Märkten wird klassisch als ein Prozess der spontanen Ordnungsbildung verstanden, der wie durch eine unsichtbare Hand koordiniert abläuft. Die Marktsoziologie hat diese Sichtweise auf Märkte bisher aus zahlreichen Perspektiven kritisiert und gezeigt, dass Märkte nicht ohne Bezug auf ihre konkrete, historisch kontingente Einbettung in soziale Netzwerke, Institutionen und Kultur verstanden werden können. Wie Organisationen und Organisation die soziale Ordnung von Märkten beeinflussen, wurde erst kürzlich zu einem Forschungsgegenstand der Marktsoziologie gemacht. Diese Arbeit fragt in diesem Zusammenhang, wie die soziale Ordnung von Märkten durch Wirtschaftsverbände beeinflusst wird. Sie zeigt, dass Theorien und empirische Fallstudien Wirtschaftsverbände bisher nicht als Akteure analysieren, denen ein unabhängiger Einfluss auf die soziale Ordnung von Märkten zugeschrieben wird. Vielmehr werden Wirtschaftsverbände lediglich als Katalysatoren von Prozessen der wechselseitigen Beobachtung bzw. der wechselseitigen Beeinflussung theoretisiert. Andere Arbeiten setzen sich nicht systematisch mit ihnen auseinander. Ein ähnliches Bild findet sich in der Verbandsforschung. Hier werden Wirtschaftsverbände in der Regel als Intermediäre zwischen Produzenten und dem Regierungssystem verstanden. Eine systematische Auseinandersetzung mit Wirtschaftsverbänden als Marktorganisatoren hat hier ebenfalls noch nicht stattgefunden.

Da es sich bei verbandlicher Koordination um ein Forschungsdesiderat der Marktsoziologie handelt, werden die Koordinationsleistungen von Wirtschaftsverbänden auf Märkten anhand einer historischen Fallstudie der deutschen Märkte für biologische Lebensmittel von 1946-2012 untersucht. Bezüglich der in der Marktsoziologie bisher formulierten theoretischen Erwartungen handelt es sich bei diesen Märkten um einen abweichenden Fall. Wirtschaftsverbände wie Bioland, Demeter, Naturland und der Biokreis haben die soziale Ordnung dieser Märkte konstituiert und strukturiert, indem sie Qualitäten biologischer Produkte definiert und verbreitet haben, Absatzmöglichkeiten für ihre Mitglieder geschaffen, Kontrollsysteme für biologische Produkte errichtet und die Produkte ihrer Mitglieder am Markt differenziert haben. Basierend auf den Ergebnissen der Fallstudie, ergänzt diese Arbeit das Verständnis der Koordination von Produzenten in

der Marktsoziologie, indem sie Koordinationsleistungen von Wirtschaftsverbänden auf Märkten beschreibt. Zudem zeigt sie, wie für Wirtschaftsverbände typische Dynamiken die soziale Ordnung von Märkten beeinflussen. Ergänzend zeigt sie, wie sich die Beziehungen zwischen Marktorganisatoren wie Wirtschaftsverbänden entwickeln. Ein weiteres Ergebnis der Studie ist, dass der Einfluss von Marktorganisatoren auf einem Markt von Akteuren upstream der Produktionskette und von staatlicher Regulierung abhängt. Empirisch erweitert diese Arbeit das Verständnis der Entwicklung der deutschen Märkte für biologische Lebensmittel durch eine bisher noch nicht vorliegende historische und vergleichende Untersuchung der Entwicklung der Anbauverbände der ökologischen Landwirtschaft.

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	V
Zusammenfassung	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
1 Einleitung	1
2 Die soziale Ordnung von Märkten	17
2.1 Der Marktbegriff der Wirtschaftssoziologie.....	19
2.2 Multilaterale Koordination auf Märkten	22
2.2.1 <i>Elementare Mechanismen der Interdependenzbewältigung</i>	23
2.2.2 <i>Auswahl der zu vergleichenden Ansätze</i>	26
2.3 Harrison White: Märkte als Netzwerke.....	27
2.3.1 <i>Märkte als Rollenstrukturen</i>	28
2.3.2 <i>Erweiterungen von Whites Marktmodell</i>	32
2.3.3 <i>Theoretische Lücken in Whites Marktmodell</i>	33
2.3.4 <i>Zusammenfassung</i>	35
2.4 Neil Fligstein: Märkte als Institutionen	36
2.4.1 <i>Handlungsinterdependenzen auf Märkten</i>	37
2.4.2 <i>Felder als Untersuchungseinheit</i>	39
2.4.3 <i>Die Erklärung der Ordnung von Feldern</i>	41
2.4.4 <i>Die Erklärung der Dynamik von Feldern</i>	42
2.4.5 <i>Verbände und verbandlicher Koordination</i>	45
2.4.6 <i>Zusammenfassung</i>	48

2.5	Marktkonstitution durch soziale Bewegungen	50
2.5.1	<i>Die Konzeption von Handlungsinterdependenzen</i>	52
2.5.2	<i>Akteure und Interdependenzbewältigung in sozialen Bewegungen.....</i>	55
2.5.3	<i>Mobilisierungsstrukturen von sozialen Bewegungen.....</i>	57
2.5.4	<i>Zusammenfassung.....</i>	59
2.6	Zwischenfazit	61
3	Verbände und Märkte	65
3.1	Theoretische Ausgangspunkte der Verbandsforschung.....	66
3.1.1	<i>Pluralistische Theorien am Beispiel von David Truman</i>	70
3.1.2	<i>Robert Michels: Das eherne Gesetz der Oligarchie</i>	73
3.2	Tauschtheoretische Zugänge zu Verbänden	74
3.2.1	<i>Mancur Olson: Verbandsgründung als N-Person-Gefangenendilemma</i>	74
3.2.2	<i>Robert Salisbury: Verbandunternehmer und Mitglieder</i>	77
3.3	Der Neokorporatismus und die Governance-Ansätze	81
3.3.1	<i>Wirtschaftsverbände im Mesokorporatismus.....</i>	81
3.3.2	<i>Wirtschaftsverbände in Governance-Ansätzen</i>	87
3.4	Neo-Institutionalistische Perspektiven auf Verbände.....	90
3.5	Zwischenfazit	98
4	Daten und Methoden.....	103
4.1	Begründung der Fallauswahl.....	104
4.2	Datenbasis der Studie	108
4.2.1	<i>Die Zeitschriften der Anbauverbände.....</i>	112
4.2.2	<i>Stärken und Schwächen der Datenform Verbandszeitschriften</i>	113
4.2.3	<i>Auswahl von Zeitschriften für die Analyse.....</i>	116
4.2.4	<i>Ergänzende Daten</i>	117
4.3	Qualitative Inhaltsanalyse als Datenextraktionsmethode	119

4.4	Datenanalyse	123
5	Koordinationsprobleme auf Märkten.....	125
5.1	Die soziale Ordnung von Märkten	126
5.1.1	<i>Das Wertproblem.....</i>	<i>127</i>
5.1.2	<i>Das Wettbewerbsproblem.....</i>	<i>138</i>
5.1.3	<i>Das Kooperationsproblem.....</i>	<i>142</i>
5.2	Organisieren und die Organisation von Märkten	146
5.3	Zusammenfassung.....	151
6	Verbandliche Koordination auf den deutschen Biomärkten.....	153
6.1	Die Konstitution von Märkten für biologische Lebensmittel	156
6.1.1	<i>Der biologische-dynamische Landbau und die Demeter-Bewegung.....</i>	<i>157</i>
6.1.2	<i>Der organisch-biologische Landbau und die Entstehung von Bioland.....</i>	<i>171</i>
6.1.3	<i>Die Gründung des Biokreis Ostbayern und von Naturland...</i>	<i>181</i>
6.1.4	<i>Zwischenfazit</i>	<i>188</i>
6.2	Wachstums- und Ausdifferenzierungsphase	193
6.2.1	<i>Ausdifferenzierung und Erweiterung der Standards.....</i>	<i>195</i>
6.2.2	<i>Metastandardisierung und -organisation der Marktkategorie „bio“</i>	<i>210</i>
6.2.3	<i>Formalisierung der Kontrollsysteme der Anbauverbände.....</i>	<i>218</i>
6.2.4	<i>Organisationale Anpassungen an das Wachstum der Verbände.....</i>	<i>221</i>
6.2.5	<i>Konflikte über die Vermarktungsstrategie im Bioland-Verband</i>	<i>226</i>
6.2.6	<i>Gründung von Erzeugungsgemeinschaften zur Erfassung von Rohprodukten.....</i>	<i>232</i>
6.2.7	<i>Zwischenfazit</i>	<i>238</i>
6.3	Staatliche Interventionen und interne Differenzierung über Labels	242
6.3.1	<i>Konflikt um ein gemeinsames Dachlabel und die Auflösung der AGÖL</i>	<i>248</i>

6.3.2	<i>Differenzierungsstrategien der Einzelverbände.....</i>	258
6.3.3	<i>Auslagerung der Betriebskontrollen aus den Verbänden</i>	275
6.3.4	<i>Ausweitung der politischen Interessenvertretung.....</i>	280
6.3.5	<i>Zwischenfazit</i>	286
6.4	<i>Die Agrarwende und die Revision der EU-Öko-Verordnung</i>	291
6.4.1	<i>Gründung des BÖLW und Beziehungen der Anbauverbände seit 1999.....</i>	302
6.4.2	<i>Die Entstehung von Koordinationsstrukturen auf spezifischen Biomärkten</i>	310
6.4.3	<i>Professionalisierung der Anbauverbände.....</i>	314
6.4.4	<i>Weiterentwicklung der Qualitätsdefinitionen</i>	326
6.4.5	<i>Weiterentwicklung der Vermarktungsstrategien.....</i>	333
6.4.6	<i>Ausbau der selektiven Anreize und der Qualitätssicherung ..</i>	340
6.4.7	<i>Zwischenfazit</i>	345
7	Diskussion	351
7.1	<i>Koordinationsleistungen von Wirtschaftsverbänden</i>	352
7.1.1	<i>Koordinationsleistungen mit Bezug zum Wertproblem.....</i>	352
7.1.2	<i>Koordinationsleistungen mit Bezug zum Wettbewerbsproblem</i>	356
7.1.3	<i>Koordinationsleistungen mit Bezug zum Kooperationsproblem.....</i>	362
7.2	<i>Beziehungsstrukturen zwischen Marktorganisatoren</i>	364
7.3	<i>Logiken der verbandlichen Koordination.....</i>	366
7.4	<i>Weitere Umweltfaktoren für Marktorganisatoren</i>	370
8	Fazit und Ausblick	375
8.1	<i>Implikationen für die Marktsoziologie.....</i>	379
8.2	<i>Weiterer Forschungsbedarf</i>	384
	Literatur	387

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Darstellung des Datenauswertungsprozesses (in weiß) und der Gliederung des Kapitels 5 (in grau).</i>	<i>106</i>
<i>Abbildung 2: Darstellung der Hauptkategorien für die qualitativen Inhaltsanalyse und Gliederung des Kapitels</i>	<i>127</i>
<i>Abbildung 3: Mitglieder und Flächenwachstum der Anbauverbände 1990-1994</i>	<i>244</i>
<i>Abbildung 4: Entwicklung der Erzeugerbetriebe und Anbaufläche in Deutschland 2006-2016.....</i>	<i>295</i>

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Zusammenfassung der Ergebnisse des Kapitels 2</i>	<i>62</i>
<i>Tabelle 2: Phillipe Schmitters (1974) Idealtypen des Korporatismus und Pluralismus</i>	<i>80</i>
<i>Tabelle 3: Übersicht über die von Verbänden hergestellten Güter</i>	<i>83</i>
<i>Tabelle 4: Anbauverbände in der biologischen Landwirtschaft in Deutschland (Stand 31.12.2017).....</i>	<i>107</i>
<i>Tabelle 5: Größenverhältnisse von Biokreis e.V. zu den größten drei Anbauverbänden</i>	<i>109</i>
<i>Tabelle 6: Übersicht über die ausgewerteten Zeitschriften</i>	<i>111</i>
<i>Tabelle 7: Übersicht auf die Stimmenverteilung auf die Fachgruppen der Verarbeiter im Demeter e.V.....</i>	<i>320</i>
<i>Tabelle 8: Koordinationsleistungen mit Bezug zum Wertproblem.....</i>	<i>353</i>
<i>Tabelle 9: Koordinationsleistungen mit Bezug zum Wettbewerbsproblem.....</i>	<i>358</i>
<i>Tabelle 10: Koordinationsleistungen mit Bezug zum Kooperationsproblem....</i>	<i>362</i>

Abkürzungsverzeichnis

abq	Arbeitsgemeinschaft Boden und Qualität
AGA	American Grassfed Association
ANOG	Arbeitsgemeinschaft Naturnaher Obst- und Gartenbau e.V.
AOEL	Association Oekologischer Lebensmittelhersteller e.V.
AGÖL	Arbeitsgemeinschaft ökologischer Landbau e.V.
Alicon	Alicon GmbH Kontrollstelle für ökologisch erzeugte Lebensmittel
AVG	Anbau und Verwertungsgenossenschaft Heimat
AVV	Arbeitsgemeinschaft für Verarbeitung und Vertrieb von Demeter-Erzeugnisse e.V.
BÖL	Bundesprogramm Ökologischer Landbau
BÖLW	Bundesverband ökologische Lebensmittelwirtschaft e.V.
BÖLN	Bundesprogramm Ökologische Landwirtschaft und andere Formen der nachhaltigen Landwirtschaft
BÖW	Bundesverband ökologischer Weinbau e.V.
BNN	Bundesverband Naturkost und Naturwaren e.V.
BVÖL	Bundesvereinigung ökologischer Landbau e.V.
DNR	Deutscher Naturschutzring e.V.
Fördergemeinschaft	Fördergemeinschaft organisch-biologischer Land- und Gartenbau e.V.

FiBL	Forschungsinstitut für den Biologischen Landbau, Schweiz
Forschungsring	Forschungsring für biologisch-dynamische Wirtschaftsweise e.V.
Gäa	Gäa e.V. – Vereinigung für ökologischen Landbau
GTZ	Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
IGUs	Internal Governance Units
LMBG	Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz
NGO	Nichtregierungsorganisation
NRC	National Recycling Coalition
ÖPZ	Öko-Prüfzeichen
SÖL	Stiftung Ökologischer Landbau
SMO	Social Movement Organization/Bewegungsorganisation
WWF	World Wide Fund for Nature



1 Einleitung

In den Wirtschaftswissenschaften werden Märkte in der Regel als spontane Ordnungen verstanden. Sie entstehen wie von einer „unsichtbaren Hand“¹ gesteuert durch die voneinander unabhängige Anpassung von Produzenten² und Konsumenten an Preissignale. Ergebnis dieses Koordinationsprozesses, so die Annahme, ist eine pareto-effiziente Verteilung von knappen Gütern (siehe z. B. Hayek 1945, 1993; Samuelson 1948: 36). Eine Koordination von Produzenten über die Anpassung an Preissignale hinaus ist aus dieser Perspektive weder funktional erforderlich noch normativ wünschenswert. Organisationen können nach diesem Verständnis Marktakteure sein, z. B. wenn Produkte innerhalb eines Unternehmens hergestellt und von diesem auf einem Markt verkauft werden. Die Ordnung von Märkten beruht jedoch gerade nicht auf Organisation, sondern darauf, dass Marktakteure ihr Handeln frei von organisationalen Hierarchien und formalen Regeln allein nach Preissignalen ausrichten. Ein prominenter Ausdruck dieser nicht nur in den Wirtschaftswissenschaften verbreiteten Dichotomie ist die Unterscheidung zwischen „*Markets and Hierarchy*“ (Williamson 1975) in der Transaktionskostentheorie. Aus dieser Perspektive erscheint der Titel dieser Arbeit – „*Die organisierte Hand des Marktes*“ – zunächst als ein Paradox.

Die Marktsoziologie hat das Bild von Märkten als allein aus der Anpassung an Preissignale entstehenden spontanen Ordnungen bereits aus mehreren Perspektiven kritisiert. Sie hat gezeigt, dass Produzenten auf Märkten nicht so sehr Preissignale beobachten, sondern die Marktnischen ihrer Konkurrenten (White 1981b, 2002b). Nach Neil Fligstein (1996, 2001b) beobachten sich Produzenten auf einem

¹ Die erstmalige Verwendung der Metapher der „*unsichtbaren Hand*“ zur Bezeichnung von Prozessen der spontanen Ordnungsbildung wird gewöhnlich mit Adam Smith in Verbindung gebracht (siehe z. B. Samuelson (1948: 36)). Arbeiten zur ökonomischen Ideengeschichte haben jedoch gezeigt, dass Smith die Metapher in seinen Werken insgesamt nur dreimal verwendet hat. Keine dieser Verwendungen lässt sich jedoch mit Prozessen der spontanen Ordnungen auf Märkten in Verbindung bringen (Rothschild 1994).

² In dieser Arbeit wird aufgrund einer besseren Lesbarkeit grundsätzlich das generische Maskulinum verwendet. Entsprechend wird grundsätzlich nur die männliche Form im Text genannt, die in dieser Arbeit grundsätzlich gemischtgeschlechtliche Gruppen bezeichnet.

Markt nicht nur, sondern üben darüber hinaus einen Einfluss auf Konkurrenten aus und entwickeln eine geteilte Interpretation der Funktionsweise eines Marktes. Die Handlungen von Produzenten in Märkten folgen keinen ahistorischen Gesetzmäßigkeiten, sondern lassen sich nur durch ihre Einbettung in soziale Netzwerke, Wissensordnungen, Kultur, Recht und in ihren technologischen und materiellen Handlungskontexten verstehen (siehe für eine Übersicht Dobbin 2004; Fligstein/Dauter 2007; Fourcade 2007; Engels 2010). Gleiches gilt auch für Formen der Interdependenzbewältigung zwischen Produzenten auf Märkten.

Trotz dieser Kritiken wurde die verbreitete Annahme, dass Märkte spontane Ordnungen darstellen, auch in der Marktsoziologie erst vor Kurzem vollständig auf den Kopf gestellt. Erst 2015 haben Ahrne et al. (2015) in einem programmatischen Beitrag dazu aufgefordert, Märkte als (partiell) organisierte soziale Strukturen zu verstehen. Die Autoren argumentieren, dass auf Märkten zahlreiche Strukturen zu beobachten sind, die auf kollektiv bindende Entscheidungen über Mitgliedschaft, formale Regeln und Monitorings- und Sanktionsmechanismen zurückzuführen sind, also auf jene Elemente, die auch formelle Organisationen wie staatliche Verwaltungen, Wirtschaftsunternehmen, die katholische Kirche oder Universitäten auszeichnen (Ahrne et al. 2015: 10-13).

Dieses Argument lässt sich an Marie-France Garcia-Parpets (2007) berühmter Fallstudie des Erdbeermarkts im französischen Fountaines-en Sologne demonstrieren, obwohl sie in ihrer Analyse nicht explizit Organisationsprozesse auf diesem Markt untersucht. Gegenstand ihrer Studie ist ein lokaler Markt für Erdbeeren, der in seinem Aufbau bezüglich der Beziehungen zwischen Anbieter und Abnehmer, der Homogenität von Produkten und Form der Auktion dem neoklassischen Modell perfekt-kompetitiver Märkte nahezu entspricht. Dieser Markt entstand jedoch nicht spontan aus Verstetigungen bereits bestehender Handelsbeziehungen. Vielmehr ist der Markt aus einem Organisationsprozess hervorgegangen. Einige Händler haben zusammen mit Beratern der Landwirtschaftsverwaltung damit begonnen einen Markt als Alternative zu bestehenden Governance-Mechanismen wie dem Vertrieb über einzelne Erdbeerhändler zu entwickeln. Hierdurch sollte die Konkurrenz zwischen den Händlern gefördert und bessere Preise für die Erzeuger sollten ermöglicht werden. Es wurden Organisationsstrukturen für die Verwaltung des Marktes geschaffen, Bedingungen für eine Mitgliedschaft im Markt, formelle Regeln über die Art der Auktion, die Sortierung der Erdbeeren und ihre Stückelung

aufgestellt und die Einhaltung der Mitgliedschaftsregeln durch Erzeuger und Händler überwacht. Bei Verstößen drohte der Ausschluss aus dem Markt. Kurz zusammenfasst: auf dem von Garcia-Parpet untersuchten Erdbeermarkt finden sich alle von Ahrne et al. (2015) beschriebenen Elemente von Organisation. Das Entstehen dieses perfekt-kompetitiven Marktes kann nicht als ein Prozess der spontanen Ordnungsbildung verstanden werden. Vielmehr ist seine Entstehung das Ergebnis eines Organisationsprozesses.

Während der Erdbeermarkt von Fountaines-en Sologne, wie etwa auch Börsen, eine extreme Form von vollständig organisierten Märkten darstellen, finden sich auf zahlreichen Märkten zumindest einige der Elemente formaler Organisation, z. B. formelle Regeln in Form von Produktstandards (Brunsson 2000). Die Autoren sprechen in diesem Fall von partieller Organisation (siehe hierzu auch Ahrne/Brunsson 2011). Ein Beispiel für eine partielle Organisation ist der internationale Wirtschaftsverband *Sematech* in der Halbleiterindustrie. Über die von dem Verband organisierten Gremien und Konferenzen koordinieren die Mitglieder zukünftige technologische Entwicklungen auf den Halbleitermärkten (Möllering 2010). Aus dieser Perspektive erscheint die Hand des Marktes gar nicht mehr so unsichtbar. Märkte sind nicht nur spontane Ordnungen, sondern Ordnungen, die auch auf kollektive Entscheidungsprozesse zurückzuführen sind. Markt und Organisation sind keine klar disjunkten Alternativen, die sich gegenseitig ausschließen. Vielmehr gehen Märkte oft aus Organisationsprozessen hervor und werden durch Organisation strukturiert. Die Hand des Marktes ist nicht unsichtbar, sondern organisiert. In dieser Arbeit untersuche ich, wie die Koordination von Produzenten in Wirtschaftsverbänden auf die soziale Ordnung von Märkten auswirkt.

Dass Produzenten ihre Handlungen innerhalb von formalen oder partiellen Organisationen koordinieren, ist seit Langem bekannt. So besteht in der Politischen Ökonomie und der Verbandsforschung bereits eine umfangreiche Literatur über die Organisation von Produzenten in Wirtschaftsverbänden (Schmitter 1974; Schmitter/Lehmbruch 1981; Streeck/Schmitter 1985b; Schneiberg/Hollingsworth 1990; Lindberg et al. 1991; Schmitter/Streeck 1999; Schröder/Weßels 2010). In dieser Literatur werden Wirtschaftsverbände als Intermediäre zwischen Produzenten und dem Regierungssystem untersucht. In der vorliegenden Arbeit werden Wirtschaftsverbände ergänzend als Intermediäre (Bessy/Chauvin 2013) zwischen

Produzenten, Konsumenten, Zulieferern und Abnehmern entlang der Produktionskette verstanden. Inwieweit wurden in der marktsoziologischen Literatur Wirtschaftsverbände bereits als Akteure auf Märkten untersucht? Welche Funktionen werden ihnen zugesprochen? Welche Folgen hat verbandliche Koordination für die soziale Ordnung eines Marktes?

Bisher besteht in der Marktsoziologie weder ein Überblick darüber, wie die Koordination von Produzenten auf Märkten noch wie der Einfluss von Wirtschaftsverbänden auf die soziale Ordnung von Märkten theoretisiert wird. So wurde weder theorievergleichend untersucht, welche Handlungsinterdependenzen Produzenten auf Märkten zugeschrieben werden, noch auf der Grundlage welcher Koordinationsmechanismen Produzenten diese Interdependenzen bewältigen. Das Ziel dieser Arbeit ist es daher zunächst, einen solchen Überblick zu erstellen und in diesem Kontext zu untersuchen, welche Bedeutung der Koordinationsleistung von Wirtschaftsverbänden in der Literatur zugeschrieben wird. Wie die Ergebnisse des Kapitels 2 belegen, fand bisher in der Marktsoziologie noch keine systematische Auseinandersetzung mit Wirtschaftsverbänden statt.

In einflussreichen Theorien werden Wirtschaftsverbänden keine von anderen Einflussfaktoren unabhängigen Koordinationsleistungen auf Märkten zugeschrieben. Harrison White (1981b, 2002b) begreift Wirtschaftsverbände allein als Katalysatoren von Prozessen der wechselseitigen Beobachtung zwischen Produzenten. Neil Fligstein diskutiert Wirtschaftsverbände vor allem in der zusammen mit Doug McAdam vorgelegten „*A Theory of Fields*“ (Fligstein/McAdam 2012) als „Internal Governance Units“ (IGUs). Obwohl Fligstein (2012) die Erweiterung seines Feldmodells um IGUs als einen der zentralen Beiträge dieser Theorie begreift, wird diesem Akteurstyp kein von Dynamiken der wechselseitigen Beeinflussung zwischen Etablierten und Herausforderern unabhängiger Einfluss zugeschrieben. Auch in diesem Ansatz wird Wirtschaftsverbänden eine rein katalysierende Funktion zugeschrieben. In Fallstudien aus der Bewegungsforschung zur Marktkonstitution (Lounsbury et al. 2003; Weber et al. 2008; Sine/Lee 2009) werden Wirtschaftsverbände als eine Form von Bewegungsorganisation unter anderen diskutiert, ohne diese jedoch systematisch zu analysieren. Wie die Ergebnisse des Kapitels 3 zeigen werden, kann spiegelbildlich für die Verbandsforschung festgestellt werden, was auch für die Marktsoziologie argumentiert worden ist. Eine systema-

tische Verknüpfung von marktsoziologischen Theorieangeboten zur sozialen Ordnung von Märkten und Wirtschaftsverbänden ist auch hier noch nicht vorgenommen worden. Eine umfassende Auseinandersetzung mit Wirtschaftsverbänden als Intermediäre auf Märkten hat bisher noch nicht stattgefunden. Zeigen diese Ergebnisse theoretische Desiderate der Marktsoziologie und der Verbandsforschung? Oder kann verbandliche Koordination auf Märkten grundsätzlich auf andere Erklärungsfaktoren reduziert werden, wie den hier diskutierten marktsoziologischen Theorien und Fallstudien zu entnehmen ist?

Vor allem mit Blick auf die Theorien von Harrison White und Neil Fligstein kann die geringe Bedeutung, die diese Autoren den Wirtschaftsverbänden zuschreiben, damit erklärt werden, dass sie sich vor allem mit Produzentenmärkten auseinandersetzen. Bei Produzentenmärkten handelt es sich um Märkte, auf denen wenige Industrieunternehmen miteinander in Konkurrenz stehen. In der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur werden diese Märkte als Oligarchien beschrieben. Forschungsergebnisse aus der Verbandsforschung deuten jedoch darauf hin, dass Wirtschaftsverbände in Industrien mit geringem Konzentrationsgrad und einer Vielzahl von Unternehmen ein anderes Spektrum an Verbandspraktiken aufweisen als Wirtschaftsverbände in Produzentenmärkten. So hat George J. Stigler (1974: 364) in seiner quantitativen Untersuchung von Wirtschaftsverbänden in den USA einen (jedoch statistisch nicht signifikanten) negativen Zusammenhang zwischen der Ressourcenausstattung eines Verbandes und dem Grad der wirtschaftlichen Konzentration eines Sektors festgestellt. Er interpretiert dieses Ergebnis als Hinweis, dass Funktionen, die in größeren Unternehmen von ihnen selbst wahrgenommen werden, in weniger konzentrierten Industrien ein Gegenstand der Verbandstätigkeit sind. Frans van Waarden (1991) ist in einer international vergleichenden Studie von Wirtschaftsverbänden zu einem ähnlichen Ergebnis gekommen. Er nennt Informationsbeschaffung, Unternehmensberatung, Versicherungen und weitere Dienstleistungen als Beispiele für Verbandsleistungen, an denen vor allem kleinere Unternehmen interessiert sind (van Waarden 1991: 70).

Größere Unternehmen scheinen aus dieser Perspektive weniger Bedarf an einer Ressourcenzusammenlegung in Wirtschaftsverbänden zu haben als kleinere Unternehmen. Der Grund hierfür ist, dass größere Unternehmen selbst über beträchtliche finanzielle und personelle Ressourcen verfügen. Bezogen auf die Vertretung ökonomischer Interessen gegenüber dem politischen System, argumentiert van

Waarden (1991: 54) dass Eigentümer von kleineren Unternehmen aufgrund ihrer geringen Ressourcenausstattung nur dann politisches Gewicht haben, wenn sie ihre Interessen kollektiv vertreten. Als Beispiel nennt er u. a. Bauern, die anders als große Unternehmen keine Alternative zur kollektiven Vertretung ihrer Interessen haben. Dieses Argument muss sich aber nicht auf das politische System beschränken. Vielmehr können auch Märkte soziale Arenen sein, die von kleineren Unternehmen nur kollektiv geprägt werden können. Auch Jeffrey Pfeffer und Gerald R. Salancik (1978: 179) argumentieren in diese Richtung. Nach diesen Autoren greifen Unternehmen zu formelleren Mechanismen der Interdependenzbewältigung, wenn die Anzahl der Unternehmen auf einem Markt hoch ist. Auf konzentrierteren Märkten greifen Produzenten eher auf Strategien der wechselseitigen Beeinflussung zurück. Es gibt in der Literatur also einige Hinweise darauf, dass Wirtschaftsverbänden in weniger konzentrierten Industrien eine andere Bedeutung zukommt, als in stärker konzentrierten. Als solches könnte die Art und Weise der Theoretisierung verbandlicher Koordination ein Hinweis dafür sein, dass Interdependenzbewältigung auf Märkten bisher selektiv theoretisiert worden ist. Folgt man dieser Argumentation, ist es von theoretischem Interesse, verbandliche Koordination auf einem Markt zu untersuchen, der nicht der Struktur der Produzentenmärkte entspricht, sondern auf dem zahlreiche kleine und mittelständische Produzenten miteinander konkurrieren.³

In der Literatur herrscht Einigkeit darüber, dass die deutschen Märkte für biologische Lebensmittel maßgeblich von Anbauverbänden in der biologischen Landwirtschaft konstituiert worden sind (Vogt 2000; Gerber et al. 1996; Suckert 2015). 2018 waren in Deutschland zehn solcher Anbauverbände aktiv, die größten und

³ Eine weitere mögliche Erklärung dafür, dass Wirtschaftsverbänden bisher noch keine unabhängigen Koordinationsleistungen für die soziale Ordnung von Märkten zugeschrieben wurden, ist der Entstehungskontext der hier diskutierten Theorien und Fallstudien. Sie sind alle aus der Auseinandersetzung mit dem US-amerikanischen Wirtschaftssystem entstanden. Die US-amerikanischen Wirtschaftsverbände gelten jedoch als „distinctly weak, and they are considered distinctly ineffective“ (Spillman (2012: 30). Anders als die neokorporatistischen Systeme, unter anderem in Westeuropa, verfügen Wirtschaftsverbände im pluralistischen Amerika über keine exklusiven Zugangsmöglichkeiten zum politischen System. Hier fungieren sie daher auch nicht als „private interest governments“ (Streeck/Schmitter (1985a), die eine gewisse Unabhängigkeit gegenüber den kurzfristigen Interessen ihrer Mitglieder erlangen können.

bekanntesten von ihnen sind der Bioland e. V., der Demeter e. V. und der Naturland e. V. In Anlehnung an Lindberg et al. (1991: 26-27) wird verbandliche Koordination in dieser Arbeit als eine verstetigte Verhandlungskonstellation zwischen Produzenten verstanden, die zur Definition und zum Verfolgen kollektiver Interessen eine formelle Organisation mit Satzungen, Statuten und Entscheidungsverfahren gründen. Nach dieser Definition handelt es sich bei den Anbauverbänden in der ökologischen Landwirtschaft um Wirtschaftsverbände. Stimmberechtigte Mitglieder der Anbauverbände sind landwirtschaftliche Erzeuger. Eine Ausnahme bildet Demeter e.V. Hier sind neben Erzeugern auch Lebensmittelhersteller und -händler, Konsumenten und Wissenschaftler stimmberechtigte Mitglieder des Verbandes. Erzeuger stellen aber auch hier 30 der 60 Delegierten für die Bundesdelegiertenversammlung, das höchste Entscheidungsgremium des Verbandes. Konsumenten stellen nur zwei Delegierte.⁴ Bei den Anbauverbänden handelt es sich also um Organisationen, die von Produzenten, vor allem von landwirtschaftlichen Erzeugern, kontrolliert werden.

Alle Anbauverbände sind formal als eingetragene Vereine organisiert und verfügen über Satzungen, Organisationsstrukturen und -verfahren. Das Ziel dieser Organisationen ist die Förderung der biologischen Landwirtschaft. Dies soll durch die Förderung der Ausbildung und Beratung von Landwirten, die Zusammenarbeit mit anderen Verbänden, durch die politische Interessenvertretung und Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden. Bei einigen der Anbauverbände wird bereits in der Satzung deutlich, dass sie auch als Marktorganisatoren tätig werden. So wird in der Satzung des Demeter e.V. die „Förderung der Erschließung, Pflege und Entwicklung des Marktes für Produkte aus biologisch-dynamischer Landwirtschaft“⁵ als einer der Vereinszwecke genannt. Ein satzungsmäßiges Verbandsziel von Bioland ist es, die „Unabhängigkeit des organisch-biologischen Landbaus und übersichtliche Strukturen im vor- und nachgelagerten Bereich“ zu fördern. Zudem soll

⁴ Demeter e. V. 2016. Demeter-Satzung. Verabschiedet durch die Delegierten am 26.10.2016, S. 7. Online verfügbar unter: <www.demeter.de/sites/default/files/public/pdf/demeter_verband_satzung_biodynamisch.pdf> [Zuletzt abgerufen am: 13.05.2018].

⁵ Demeter e. V. 2016. Demeter-Satzung. Verabschiedet durch die Delegierten am 26.10.2016, S. 2. Online verfügbar unter: <www.demeter.de/sites/default/files/public/pdf/demeter_verband_satzung_biodynamisch.pdf> [Zuletzt abgerufen am: 13.05.2018].

der Verband „den Auf- und Ausbau regionaler Wertschöpfungsketten im Bio-markt“⁶ unterstützen. Daneben lassen weitere Verbandstätigkeiten erkennen, dass die Anbauverbände als Intermediäre auf den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel fungieren. Intermediäre sind Drittparteien, die zwischen Angebot und Nachfrage vermitteln. Ihr Handeln hat hierbei „some effects on the economic or symbolic value of a product“ (Bessy/Chauvin 2013: 84). Die Anbauverbände nehmen eine solche Intermediärsfunktion ein, indem sie ihre Mitglieder, die Produzenten auf den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel, verbandsintern, formellen Regeln für die landwirtschaftliche Produktion und Lebensmittelverarbeitung unterwerfen und deren Einhaltung überwachen. Diese Regeln bilden die Grundlage für die Qualitäten, die die Anbauverbände durch ihre Produktlabel an Lebensmittelhersteller und -händler sowie an Konsumenten signalisieren. Dass die Arbeit der Anbauverbände zu einer Qualitätsdifferenzierung auf den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel beiträgt, wird auch daran deutlich, dass die Qualitätsbewertungen der Anbauverbände von anderen Akteuren aufgegriffen und verbreitet werden. So heißt es etwa auf der Internetseite des *Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland* (BUND):

„Aufgrund der strengeren Kriterien empfiehlt der BUND, die Bio-Produkte der Anbauverbände zu kaufen.“⁷

Die Naturkost Produktions- und Handelsgesellschaft *Alnatura* wirbt auf ihrer Website mit folgenden Aussagen:

„Bio-Anbauverbände wie Demeter oder Bioland gehen weit über den [...] gesetzlich festgeschriebenen Mindeststandard hinaus. Wann immer möglich, stammen daher die Rohstoffe für das Alnatura Baby und Kleinkindsortiment von einem biodynamisch wirtschaftenden Betrieb (Demeter) oder Bioland-Hof“⁸

⁶ Bioland e. V. 2013. Bioland-Satzung. Fassung vom 18. November 2013, S. 5. Online verfügbar unter: <www.bioland.de/fileadmin/dateien/HP_Dokumente/Allgemeine_Informationen/Satzung_2013_einzel.pdf> [Zuletzt abgerufen am: 13.05.2018].

⁷ Siehe: <www.bund.net/massentierhaltung/haltungskennzeichnung/bio-siegel/> [Zuletzt abgerufen am: 10.05.2018].

⁸ Siehe: <www.alnatura.de/de-de/alnatura-produkte/alnatura-produktwelten/baby-kind/qualitaet/demeter-bioland> [Zuletzt abgerufen am: 10.05.2018].

„Die biologisch-dynamische Landwirtschaft ist die älteste und konsequenteste Form der ökologischen Landbewirtschaftung.“⁹

Zahlreiche Studien belegen zudem, dass eine Vielzahl von Konsumenten auf den Biomärkten die Labels von Anbauverbände kennen und ihren Konsum an ihnen orientieren (siehe z. B. Max Rubner Institut 2008: 100-102; Janssen/Hamm 2012; Splendid Research 2015).

Bei den Anbauverbänden handelt es sich demnach um Wirtschaftsverbände, die als Intermediäre oder Marktorganisatoren auftreten. Es gibt also durchaus Hinweise, dass die Anbauverbände in der biologischen Landwirtschaft die Entstehung und Entwicklung der deutschen Märkte für biologische Lebensmittel in einer Art und Weise beeinflusst haben, die über Funktionen von Wirtschaftsverbänden hinausgeht, die ihnen bisher in der Marktsoziologie zugesprochen wurden. Die Koordination der Verbandsmitglieder stützt sich auf formelle Regeln und Monitorings- und Sanktionsmechanismen. Zudem sind die Mitglieder in die verbandsinternen Entscheidungsverfahren eingebunden. Diese erste Auseinandersetzung mit diesen Organisationen lässt die Hypothese zu, dass die deutschen Märkte für biologische Lebensmittel bezüglich der in marktsoziologischen Theorien und empirischen Studien formulierten Erwartungen an die Koordinationsleistungen von Verbänden einen abweichenden Fall darstellen. Als ein solcher eignet er sich besonders, bestehende marktsoziologische Theorieangebote zu erweitern und ergänzende Erkenntnisse über verbandliche Koordination zu gewinnen (George/Bennett 2005: 75; van Evera 1997: 97). Ausgehend von diesen Überlegungen wird in dieser Arbeit daher die Fragestellung untersucht, inwieweit die Anbauverbände einen unabhängigen Effekt auf die soziale Ordnung der deutschen Märkte für biologische Lebensmittel gehabt haben.

Um die Frage nach einem unabhängigen Effekt von Wirtschaftsverbänden beantworten zu können, muss zunächst der Begriff der sozialen Ordnung von Märkten näher bestimmt werden. Unter der sozialen Ordnung von Märkten werden nach Jens Beckert (1996, 2007, 2009a, 2009b) jene sozialen Strukturen und Mechanis-

⁹ Siehe: <www.alnatura.de/de-de/ueber-uns/biolandbau/siegel-und-verb%C3%A4nde> [Zuletzt abgerufen am: 10.05.2018].

men auf Märkten verstanden, die Erwartungssicherheit für Marktakteure herstellen und Tauschchancen auf Märkten strukturieren (Beckert 2007: 6). Märkte sind aus soziologischer Perspektive nicht unabhängig von solchen Strukturen zu denken. Ohne den Rückgriff auf solche Strukturen wären Akteure auf Märkten mit dem Problem der Ungewissheit konfrontiert. Sie könnten „das Ergebnis einer Entscheidung nicht antizipieren und möglichen Handlungsergebnissen keine Wahrscheinlichkeiten zurechnen“ (Beckert 1996: 126). Grund hierfür ist, dass auf Märkten wie in allen sozialen Handlungssituationen das Resultat einer Entscheidung nicht nur von dem Handeln eines fokalen Akteurs abhängt, sondern auch von der Handlungswahl seiner Gegenüber (Beckert 1996: 140-141). So können Produzenten in solchen Situationen nicht abschätzen, ob die Produkte, die sie herstellen wollen, Abnehmer finden, ob der Wettbewerb mit Konkurrenten die Profitabilität des Unternehmens gefährden wird oder ob Zulieferer oder Konsumenten beim Tausch einen Betrugsversuch begehen werden. Knapp zusammengefasst: Akteure können in durch Ungewissheit gekennzeichneten Situationen nicht abschätzen, ob eine Marktteilnehmerschaft in ihrem materiellen oder ideellen Interesse ist oder nicht (Beckert 2009b: 246).

Unter diesen Voraussetzungen wäre es unwahrscheinlich, dass Märkte als Orte des dauerhaften Handels mit einem Produkt entstehen würden. Voraussetzung für die Entstehung von Märkten ist es daher, dass Akteure durch den Bezug zu sozialen Strukturen für eine Marktteilnehmerschaft hinreichend Erwartungssicherheit bezüglich des sozialen Handelns Anderer aufbauen können. Märkte sind aus dieser Perspektive also immer sozial strukturiert und erfordern Koordination über konkrete Tauschvorgänge in Märkten hinaus. Koordination meint in diesem Zusammenhang: „bringing people and resources together in an orderly fashion to enable production, consumption, and distribution“ (Aspers 2011: 12). Die empirisch beobachtbare soziale Ordnung eines konkreten Marktes wird als das Ergebnis des historisch-kontingenten Koordinationsprozesses zwischen Marktakteuren verstanden. Mit der sozialen Ordnung eines konkreten Marktes variieren auch die Tauschchancen, die den einzelnen Marktteilnehmern zukommen (Beckert 2009a). Märkte können daher a priori auch nicht bestimmte Auswirkungen auf die Verteilung von knappen Gütern, wie z. B. Pareto-Effizienz zugeschrieben werden. Aus marktsoziologischer Perspektive erfordert die Erforschung von Wirtschaftsverbänden es also, von den konkreten Handlungsproblemen potenzieller Marktteilnehmer aus-

zugehen und die Frage zu untersuchen, wie diese Marktteilnehmer ihre Handlungen in einer Art und Weise koordinieren, dass für eine Teilnahme am Markt hinreichende Erwartungssicherheit entsteht. Auf der Grundlage dieses Verständnisses der sozialen Ordnung von Märkten können die Forschungsfragen für die in dieser Arbeit vorgelegte Fallstudie der deutschen Märkte für biologische Lebensmittel noch einmal präzisiert werden:

- 1. Inwieweit haben die Anbauverbände einen Beitrag zur Herstellung von Erwartungssicherheit auf den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel geleistet? Auf welche Handlungsprobleme von Marktteilnehmern haben die Anbauverbände reagiert?
- 2. Welche Folgen hatte und hat die verbandlicher Koordination auf die soziale Ordnung dieser Märkte? Welche Auswirkungen hatte und hat die verbandliche Koordination auf die Tauschchancen von Marktteilnehmern?

Mit diesen Fragestellungen nimmt diese Arbeit methodisch die Forderung von Gerald F. Davis und Christopher Marquis (2005) nach einer problem- und mechanismenbasierten Forschungsstrategie in der Organisationssoziologie auf. Das Vorgehen in dieser Arbeit ist problembasiert. Es erklärt Marktordnungen ausgehend von Handlungsproblemen von Marktteilnehmern und den intendierten und nichtintendierten Folgen ihrer Handlungsstrategien. Mechanismenbasiert ist diese Vorgehensweise insofern, als sie darauf abzielt, die Koordinationsleistungen von Wirtschaftsverbänden in einem Markt aufzudecken.

Hedström und Swedberg definieren in ihrem klassischen Beitrag kausale Mechanismen als einen „integral part of an explanation which [...] is such that on the occurrence of the cause or input, I, it generates the effect or outcome, O“ (Hedström/Swedberg 1996: 299). In mechanismenbasierten Erklärungen geht es nach dieser Definition darum die “cogs and wheels“ (Hernes 1998: 74) sichtbar zu machen, die den kausalen Effekt von einer unabhängigen auf eine abhängige Variable übertragen. Anders ausgedrückt, geht es in mechanismenbasierten Erklärungen darum, die Handlungsketten zu analysieren, die eine soziale Ordnung herstellen und reproduzieren. Einige Autoren argumentieren, dass die kausale Beziehung zwischen unabhängiger und abhängiger Variable über die Beschreibung von kausalen Mechanismen hinaus durch andere Forschungsmethoden, z. B. durch eine

Korrelationsanalyse oder eine fallvergleichende Studie, etabliert werden muss (siehe z. B. Beach/Pedersen 2013). Der Zusammenhang zwischen der mit dem Markthandeln verbundenen Unsicherheit und der sozialen Ordnung von Märkten, der hier im Mittelpunkt der Erklärung steht, ist theoretisch umfassend begründet und hat sich in zahlreichen empirischen Arbeiten als fruchtbar erwiesen. Es ist jedoch zweifelhaft, ob dieser Zusammenhang eine kausale Beziehung zwischen zwei Variablen beschreibt, wie er in der Literatur zu kausalen Mechanismen gemeint ist. Statt von Mechanismen wird in dieser Arbeit daher von Koordinationsleistungen gesprochen. Ähnlich wie kausale Mechanismen beschreiben Koordinationsleistungen, wie durch spezifische Aneinanderreihungen von „entities doing things“ (Beach/Pedersen 2013: 29) soziale Ordnungen konstituiert, stabilisiert oder verändert werden. Durch die Aufdeckung und Beschreibung solcher Muster an einem einzelnen Fall sollen Forscher in zukünftigen Arbeiten für diese Muster sensibilisiert und so eine Grundlage für eine Theoretisierung von Koordinationsleistungen von Verbänden geschaffen werden.

Eine empirische Untersuchung der deutschen Märkte für biologische Lebensmittel ist auch über das Verständnis verbandlicher Koordination auf Märkten hinaus von theoretischem Interesse für die Marktsoziologie. So liegen bis heute wenige Studien zu Organisationsstrukturen auf Märkten im Allgemeinen vor (siehe für eine der wenigen Ausnahmen z. B. Kirchner/Beyer 2016). Ein bisher wenig erforschtes Thema sind nach Ahrne et al. (2015: 22) die Beziehungen zwischen verschiedenen Marktorganisationsformen. Da in den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel zehn Anbauverbände aktiv sind, kann die Untersuchung neue Erkenntnisse zu dieser Frage beitragen. So kann untersucht werden warum in einem Markt eine Vielzahl von Marktorganisationsformen überhaupt erst entsteht und welche Beziehungsmuster Marktorganisationsformen untereinander aufweisen. Zudem kann die Studie einen Beitrag für das Verständnis der Frage leisten, wie Marktorganisationsformen aus ihrer Umwelt die notwendigen Ressourcen generieren, um ihr Überleben als Organisation zu sichern.

Anders als in der Volkswirtschaftslehre wird in der Marktsoziologie nicht davon ausgegangen, dass Märkte auf der Grundlage deduktiv abgeleiteter Theoriemodelle verstanden werden können. Vielmehr ruft sie zu einer historischen und vergleichenden Erforschung verschiedener Formen von Märkten auf (Beckert 2007: 21-22). Da Märkte für landwirtschaftliche Erzeugnisse bisher noch kaum in der

Wirtschaftssoziologie erforscht worden sind (Kohl et al. 2017), leistet diese Arbeit einen Beitrag zum Verständnis von bisher wenig untersuchten Märkten und erweitert hierdurch die empirische Grundlage für ein wirtschaftssoziologisches Verständnis von Märkten.

Die deutschen Märkte für biologische Lebensmittel sind auch deshalb für die Forschung aufschlussreich, weil sie zwischen den von Patrik Aspers (2011) beschriebenen und bereits gut verstandenen Idealtypen von Status- und Standardmärkten zu verorten sind. Einerseits sind zwar durch Produkte auf den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel durch die gesetzlichen Vorgaben der EU-Öko-Verordnung und die privatrechtlichen Erzeugungs- und Verarbeitungsrichtlinien der Anbauverbände standardisiert, andererseits zeichnet sich die Märkte durch eine auf Standards basierende Produktdifferenzierung aus. Eine Vielzahl von Erzeugungsrichtlinien und Verbandszeichen singularisiert (Callon et al. 2002) die Angebote auf diesen Märkten und führt zu Qualitätswettbewerb. Anhand der deutschen Märkte für biologische Lebensmittel kann also erforscht werden, wie Dynamiken von Standardisierung und Qualitätsdifferenzierung auf Märkten zusammenwirken.

Ergänzend zu den theoretischen Erkenntnissen für die Marktsoziologie erscheint eine empirische Untersuchung der Anbauverbände in der biologischen Landwirtschaft auch für die Verbandsforschung theoretisch interessant. So argumentieren Ulrich Willems und Thomas von Winter (2007: 13), dass die empirisch beobachtbare „Multifunktionalität“ von Wirtschaftsverbänden bisher zu wenig in der Verbandsforschung aufgegriffen wurde. Diese Arbeit leistet einen Beitrag dazu, die Multifunktionalität von Wirtschaftsverbänden empirisch und theoretisch besser zu verstehen.

Empirisch betritt diese Arbeit Neuland, indem die Entstehung und Entwicklung der Anbauverbände in der biologischen Landwirtschaft über ihren gesamten Entstehungszeitraum untersucht wird. Bisherige Studien zur Geschichte der biologischen Landwirtschaft legten einen Schwerpunkt auf die Entwicklung der Methoden des ökologischen Landbaus international (Conford 2001; Lockeretz 2007) oder in Deutschland (Vogt 2000). In der Umweltsoziologie liegen Sammelbände von Karl-Werner Brand (2006a, 2006b) und Studien von Henning Best (2007, 2008) zur biologischen Landwirtschaft vor. Die Beiträge in den von Karl-Werner

Brand herausgegebenen Sammelbänden erforschen die Potenziale und Auswirkungen der „Agrarwende“ auf die deutschen Märkte für biologische Lebensmittel. Die Agrarwende wurde 2002 im Zuge der BSE-Krise 2002 von der damaligen Bundesministerin für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft Renate Künast ausgerufen und hatte als eines seiner wesentlichen Ziele den Ausbau der ökologischen Landwirtschaft in Deutschland (siehe Abschnitt 6.4). Best verfolgt in seinen Beiträgen das Ziel, die Umstellung von Landwirten auf die biologische Landwirtschaft auf der Grundlage der Rational-Choice-Theorie zu erklären. Sein Forschungsinteresse gilt der Frage, ob das Umweltbewusstsein von Landwirten bei ihrer Entscheidung auf den Biolandbau umzustellen, von Bedeutung ist.

Aus wirtschaftssoziologischer Perspektive haben Sebastian Koos (2011) und Lisa Suckert (2015) zu den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel geforscht. Sebastian Koos hat in seinem Artikel ländervergleichend untersucht, wie sich Unterschiede in der Organisation der Labelvergabe und den Verkaufsstrukturen von mit Umweltlabels gekennzeichneten Produkten, unter anderen Bio-Labels, auf die Nachfrage nach solchen Produkten auswirken. In diesem Zusammenhang diskutiert er auch die Vielzahl von Bio-Labels auf den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel. In seiner Studie konnte Koos, anders als erwartet, keinen negativen Einfluss von einer solchen Vielzahl von Label auf die Nachfrage zeigen. Er interpretiert sie daher als ein Zeichen eines differenzierten Marktes, an dem unterschiedliche Labels unterschiedliche Produzentengruppen adressieren. Eine Analyse, wie die Vielzahl von Labels in den deutschen Märkten für biologische Lebensmittel entstanden ist, legt Koos jedoch nicht vor. Suckert (2015) untersucht in ihrem Werk *„Die Dynamik ökologischer Märkte“* am Beispiel der deutschen Märkte für ökologische Molkereiprodukte, wie Marktakteure vor dem Hintergrund von Marktwachstum die notwendige Authentizität und Glaubwürdigkeit des Marktes erhalten. In ihrer Arbeit geht Suckert auch auf die Anbauverbände in der ökologischen Landwirtschaft ein und analysiert Unterschiede in ihrer ideellen Ausrichtung, Organisationsstruktur und geografischen Schwerpunkten (Suckert 2015: 235). Zudem sieht sie in der Arbeit der Anbauverbände und anderer „Konsekrationsinstanzen“ (Suckert 2015: 417-419) eine Erklärung dafür, dass der Markt für ökologische Molkereiprodukte trotz seines Wachstums seine Authentizität und Glaubwürdigkeit behalten konnte. Die Anbauverbände und ihre Koordinationsleistungen standen aber auch in der Studie von Suckert nicht im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses.