



**Universität Vechta**  
*University of Vechta*

*Universität Vechta*  
*Fakultät II – Natur- und Sozialwissenschaften*  
*Studienfach Geographie*

**Machtkonstellationen in multiskalaren  
Produktionsnetzwerken des Agribusiness**

– Das Beispiel der nordwestdeutschen  
Schweinefleischproduktion

**Dissertation**

**zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors  
der Philosophie (Dr. phil.)**

**Vorgelegt von: Christoph Nikolaus Krieger, M.Sc.agr.**

## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	I
Abbildungsverzeichnis .....	IV
Tabellenverzeichnis .....	V
Abkürzungsverzeichnis .....	VI
1 Einleitung .....	1
1.1 Problemstellung .....	1
1.2 Einordnung und Relevanz des Themas.....	1
1.3 Motivation und Zielsetzung der Arbeit .....	2
1.4 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit .....	5
2 Grundlagen zum Machtbegriff .....	7
2.1 Machtperspektiven im wissenschaftlichen Diskurs .....	7
2.1.1 Macht aus soziologischer Perspektive .....	7
2.1.2 Macht aus psychologischer Perspektive .....	12
2.1.3 Macht aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive .....	16
2.1.4 Macht aus politikwissenschaftlicher Perspektive .....	19
2.1.5 Macht aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive .....	25
2.2 Synthese und Erkenntnisse für die geographische Netzwerkforschung .....	30
3 Macht in unterschiedlichen Produktionskonfigurationen .....	34
3.1 Produktionsorganisation im Wandel .....	34
3.2 Netzwerke zwischen Regionalisierung und Globalisierung.....	45
3.2.1 Clusteransätze.....	46
3.2.2 Ansätze zu Wertschöpfungsketten.....	53
3.2.3 Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke (GPN) .....	67
3.3 Zwischenfazit und kritische Würdigung .....	73
4 Methodische Vorgehensweise und Forschungsdesign.....	75
4.1 Datenerhebung mittels leitfragengestützter Experteninterviews .....	76
4.1.1 Auswahl der Interviewpartner .....	78
4.1.2 Auswahl der Untersuchungsregion .....	80
4.2 Transkription und Datenauswertung.....	82
5 Akteure, Interaktionsmuster und Strukturen im Produktionsnetzwerk Schwein.....	86
5.1 Hauptakteure .....	89
5.1.1 Landwirtschaft .....	92

5.1.2	Viehhandel .....	96
5.1.3	Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung.....	98
5.1.4	Lebensmitteleinzelhandel .....	102
5.1.5	Konsument .....	105
5.2	Interessengeleitete Akteure.....	109
5.3	Staatliche und politische Akteure .....	112
5.4	Zwischenfazit .....	117
6	Machtaspekte zwischen zentralen Akteuren im Produktionsnetzwerk .....	120
6.1	Die grüne Seite der Macht.....	120
6.1.1	Ferkelimporte, Herkunftsnachweis und Kundenbindung .....	120
6.1.2	Strukturwandel in der Schweinemast und finanzielle Abhängigkeiten.....	126
6.1.3	Freier Wettbewerb, Größenverhältnisse und landwirtschaftliches Unternehmertum .....	131
6.1.4	Preisbildung, Kulissenkampf und das Nadelöhr zwischen zwei Märkten .....	139
6.2	Die rote Seite der Macht und Handelsströme der Fleischindustrie .....	148
6.2.1	Wettbewerbsfähigkeit, Kostenstruktur und Billiglohnstrategie .....	148
6.2.2	Unterschiede zwischen Mittelstand und Großkonzernen sowie Tendenzen zur vertikalen (Vorwärts-)Integration .....	149
6.2.3	Exportaktivitäten und politische Abhängigkeiten .....	154
6.2.4	Verhandlungsmacht, Austauschbarkeit sowie Preis- und Spezifikationspolitik .....	158
6.2.5	Interdependenzen im Handel mit Fleisch und Fleischwaren .....	165
6.3	Die Macht der Handelsketten – Intermediäre zwischen Konsumgüterindustrie und Endverbrauch .....	167
6.3.1	Bedeutung nationaler Handelsketten und die Rolle von Einkaufskooperationen .....	168
6.3.2	Handelsmarkendominanz als Resultat strategischer Sortimentsanpassungen .....	172
6.3.3	Wachstumsgrenzen im LEH zwischen Internationalisierung und Vorwärtsintegration.....	175
6.3.4	Autoritäten am Kettenende und (Schweine-)Fleisch als Preismagnet für den Konsum .....	180
6.4	Zwischenfazit .....	183
7	Machtkonfiguration auf und zwischen den unterschiedlichen Akteursebenen im Produktionsnetzwerk.....	186

7.1	Die Machtarena der sozialen Verantwortung.....	187
7.2	Die Machtarena der umweltpolitischen Diskussion.....	193
7.3	Die Machtarena im Kontext der Tierschutzdebatte .....	198
7.3.1	Bedeutungszuwachs der pressure groups .....	199
7.3.2	Verlust des staatlich-politischen Einflussvermögens .....	204
7.3.3	Streben nach Akzeptanz – die Ambitionen der Hauptakteure .....	208
7.4	Zwischenfazit .....	214
8	Schlussbetrachtung.....	218
8.1	Zusammenfassung und Reflexion .....	218
8.2	Prognosen und Handlungsempfehlungen .....	224
9	Literaturverzeichnis .....	227
10	Anhang .....	258

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Nutzung von Machtpotenzialen in zwei Dimensionen.....	14
Abbildung 2 - Das Vermittlungsdreieck der Politik.....	21
Abbildung 3 - Machtaspekte in unterschiedlichen Wissenschaftsbereichen .....	32
Abbildung 4 - Diamanten-Modell nach PORTER.....	50
Abbildung 5 - Clusterdimensionen .....	53
Abbildung 6 - Wertketten-Ansatz nach PORTER .....	56
Abbildung 7 - Modell der Filière .....	57
Abbildung 8 - Governance-Strukturen im Konzept der GCC .....	60
Abbildung 9 - Steuerungsformen im Konzept der GVC .....	65
Abbildung 10 - Analyserahmen im Konzept der GPN.....	69
Abbildung 11 - Kategorisierung und Verteilung der Interviewpartner.....	79
Abbildung 12 - Akteure und deren Beziehungen im Produktionsnetzwerk Schwein .....	88
Abbildung 13 - Hauptakteure im Produktionsnetzwerk Schwein.....	90
Abbildung 14 - Schweinebestände in den Landkreisen Deutschlands.....	96
Abbildung 15 - Interaktionen in der Schlachtviehvermarktung.....	97
Abbildung 16 - Verteilung der Schlachtmengen nach 'Top 10' - Unternehmen.....	101
Abbildung 17 - Verbrauchertrends im Einkaufsverhalten.....	107
Abbildung 18 - Unterteilung von NGOs .....	110
Abbildung 19 - LEH als Flaschenhals im Zusammenspiel der Hauptakteure.....	168
Abbildung 20 - Räumliche Verteilung regionaler Lebensmitteleinzelhändler .....	169
Abbildung 21 - Machtkonstellation: Gewerkschaft – Arbeitnehmer – SZV-Stufe ....	189
Abbildung 22 - Machtkonstellation: IA   SPA auf SZV .....	191
Abbildung 23 - Machtkonstellation: umweltpolitische Einflussfaktoren auf die landwirtschaftliche Urproduktion.....	196

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1 – Unterschiede zwischen Macht und Herrschaft nach WEBER.....	11
Tabelle 2 - Organisatorische Unterschiede zwischen Fordismus und Post- Fordismus .....	36
Tabelle 3 - Kontroll-, Führungs- und Steuerungsstrukturen in Netzwerken .....	40
Tabelle 4 - 'Top 10' der deutschen Schweineschlachtbetriebe .....	100

## Abkürzungsverzeichnis

AMG	Arzneimittelgesetz
AMI	Agrarmarkt Informations-Gesellschaft
ARIWA	Animal Rights Watch
ASP	Afrikanische Schweinepest
BE	Branchenexperten
BImSchG	Bundes-Immissionsschutzgesetz
BRD	Bundesrepublik Deutschland
BKartA	Bundeskartellamt
BSE	Bovine spongiforme Enzephalopathie
BUND	Bund für Umwelt- und Naturschutz
dafa	Deutsche Agrarforschungsallianz
DBV	Deutscher Bauernverband
DESTATIS	Statistisches Bundesamt
DFV	Deutscher Fleischer-Verband
DLG	Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft
DRV	Deutscher Raiffeisenverband
DTB	Deutscher Tierschutzbund
EU	Europäische Union
EZG	Erzeugergemeinschaften
FFG	Fleischerfachgeschäfte
FOM	Fat-o-Meter
F&E	Forschung & Entwicklung
GCC	Global Commodity Chains
GfK	Growth from Knowledge (= deutsches Marktforschungsinstitut)
GMO	Gemeinsame Marktorganisation
GPN	Global Production Networks
GVC	Global Value Chains
IA	Interessengeleitete Akteure
ISN	Interessengemeinschaft der Schweinehalter Deutschlands
ISPA	Institut für Strukturforschung und Planung in agrarischen Intensivgebieten
ITW	Initiative Tierwohl
KTBL	Kuratorium für Bauwesen und Technik in der Landwirtschaft

LEH	Lebensmitteleinzelhandel
LWK	Landwirtschaftskammer
MFA	Muskelfleischanteil
NABU	Naturschutzbund Deutschland
NGG	Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten
NGO	Nichtregierungsorganisation (Non-governmental organization)
PE	Primärerzeugung
PED	Porcine Epidemic Diarrhoea
PETA	People for the Ethical Treatment of Animals
PR	Public Relations
QS	Qualität und Sicherheit GmbH
SB	Selbstbedienung
SchwHKIV	Schweineschlachtkörper-Handelsklassenverordnung
SG	Schlachtgewicht
SPA	Staatliche und politische Akteure
SVG	Selbstversorgungsgrad
SZV	Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung
TierSchG	Tierschutzgesetz
TierSchNutztV	Tierschutz-Nutztierverordnung
UNO	United Nations Organization
UVP	Umweltverträglichkeitsprüfung
VdF	Verband der Fleischwirtschaft
ver.di	Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
VEZG	Vereinigung der Erzeugergemeinschaften für Vieh und Fleisch
VH	Viehhandel
ViehVerkV	Viehverkehrsverordnung
VVG	Viehvermarktungsgenossenschaften
WBA	Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
WDüngV	Wirtschaftsdüngerverordnung
WTB	Warenterminbörse



# 1 Einleitung

## 1.1 Problemstellung

Im Zuge einer stetig wachsenden Weltbevölkerung kommt der Produktion von Lebensmitteln eine immer größere Bedeutung zu. So rückt die Agrar- und Ernährungswirtschaft zunehmend in den Fokus gesamtgesellschaftlicher Betrachtungen wie auch wissenschaftlicher Forschung. Insbesondere agrarische Intensivgebiete nehmen eine herausgehobene Stellung ein, wenn es um eine dauerhafte Versorgung der (Welt-) Bevölkerung mit Nahrungsmitteln geht. Dabei stehen ebensolche vor bedeutsamen Herausforderungen, die sich in einem Spannungsfeld zwischen Globalisierung und Regionalisierung bewegen. Diese ambivalente Entwicklung verläuft zeitlich parallel, ist jedoch divergierend, wenn räumliche Parameter hinzugezogen werden.

Auf der einen Seite ist es im globalen Kontext zunächst notwendig, die Ernährung der Weltbevölkerung sicherzustellen, was mit Massenproduktion und Kostenführerschaft (*economies of scale*) einhergeht. Darüber hinaus führt die zunehmende Globalisierung der Absatzmärkte dazu, dass die Unternehmen entsprechend flexibel reagieren müssen. Auf der anderen Seite sehen sie sich auf einheimischen Märkten (regionaler Kontext) mit gänzlich anderen Herausforderungen konfrontiert. Denn im Zuge des steigenden Wohlstands, insbesondere in den westlichen Industrienationen, geraten lange Zeit als etabliert erachtete Systeme in der Produktion von Lebensmitteln zunehmend in die gesellschaftliche Kritik, so dass gesamte Produktionskonfigurationen auf dem Prüfstand stehen und künftig erhebliche Transformationen zu erwarten sind. Neben anderen gelten der demografische Wandel, sich ändernde Ernährungsgewohnheiten, Probleme der Überversorgung mit Rest- und Abfallstoffen aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft, erhöhte Seuchenrisiken und Emissionen aus Nutztierhaltungen als Begleiterscheinungen dieser Entwicklung. Insbesondere in Hochveredelungsregionen stehen Unternehmen der Fleischwirtschaft eben diesen Herausforderungen gegenüber und werden künftig dazu verpflichtet sein, selbigen durch adaptierte Strategien und Produktionskonfigurationen zu begegnen (vgl. z.B. ALBERSMEIER & SPILLER 2009; BÄURLE & TAMÁSY 2012; ROSOL & STRÜVER 2018).

## 1.2 Einordnung und Relevanz des Themas

Stellvertretend für eine gesamte, weltweite Industrie wird in der vorliegenden Arbeit der Nordwesten Deutschlands – und insbesondere die Regionen ‚Weser-Ems‘ (Nie-

dersachsen) und ‚Westfalen-Lippe‘ (Nordrhein-Westfalen) – als Standorte intensiver Nutztierhaltung (hier: Produktion von Schweinefleisch) mit globalem Absatzmarkt untersucht. Neben den Fragen nach räumlicher Organisation und politischen Steuerungsmöglichkeiten steht insbesondere die Frage der Machtverteilung im Produktionsnetzwerk im Vordergrund der Untersuchung. In der vorliegenden Arbeit wird Macht als relationales Konstrukt verstanden und es erfolgt eine umfassende Untersuchung von Machtkonstellationen im Produktionsnetzwerk Schwein für die oben genannte(n) Region(en) Nordwestdeutschlands. Diese methodische Herangehensweise beziehungsweise Fragestellung wird als essentiell erachtet, da die Verwendung des Machtbegriffs in bisherigen wissenschaftlichen Arbeiten zumeist nur unzureichend theoretisch-konzeptionell fundiert ist. So hat der Machtbegriff in bestehenden Arbeiten, beispielsweise für die Automobilindustrie, (Lebensmittel-)Einzelhandel, Agrar- und Ernährungsindustrie, Bekleidungs- und Textilindustrie sowie die Elektronikindustrie vornehmlich eine Verwendung oder auch Anwendung als *Black-Box* erfahren (vgl. z.B. BROOKS 2012; COE & HESS 2005; DICKEN 2003; FISCHER 2010; FLEISCHMANN et al. 2006; FRANZ 2010a; GIBBON 2008; GOHIN & GUYOMARD 2000; HENDRICKSON et al. 2008; KRONE & DANNENBERG 2013; LEE et al. 2010; MOYER-LEE & PROWSE 2012; STURGEON et al. 2008). In diesen Arbeiten wird der Machtbegriff und die Macht einzelner Akteure<sup>1</sup> eines Produktionsnetzwerks oder auch innerhalb einer Wertschöpfungskette zumeist ausgehend von einer oder mehreren *lead firm(s)* direkt zum Produzenten oder Zulieferer gedacht beziehungsweise konstruiert; also die Beziehung zwischen den Wertschöpfungsakteuren vornehmlich in einer linearen Betrachtungsweise gesehen. Insofern liegt bestehenden Arbeiten ein diffuses, oberflächliches Verständnis von Macht zugrunde. Diese unzureichende Dekonstruktion macht es zwingend erforderlich, dass der Machtbegriff eine entsprechende Würdigung und Aufarbeitung für die einzelnen Akteure und Produktionsstufen erfährt, um darüber sowohl entsprechende Abhängigkeiten als auch Machtgefälle und bi- und multilaterale Machtkonstellationen identifizieren zu können.

### **1.3 Motivation und Zielsetzung der Arbeit**

Das Erkenntnisinteresse der Arbeit richtet sich daran aus, nachfolgend für die Region Nordwestdeutschland und für das Produktionsnetzwerk Schwein aufzuzeigen, dass Macht und Machtbeziehungen nicht per se ‚ausgetretenen Pfaden‘ oder auch ver-

---

<sup>1</sup> Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit das generische Maskulinum verwendet. Gemeint sind jedoch immer alle Geschlechter.

meintlich klassischen Mustern folgen, es quasi nicht nur hierarchische Beziehungen innerhalb einer Kette oder auch eines Netzwerks gibt, die in den meisten Fällen als obligatorisch und institutionalisiert gelten, sondern Macht respektive Machtbeziehungen als ein heterogenes Momentum zu erachten sind, welche für jede einzelne Konstellation einer individuellen Untersuchung bedürfen.

Der Machtbegriff selbst weist sehr heterogene Bedeutungen auf, die ihm je nach Kontext und Verwendungszweck zugeschrieben werden. Darüber hinaus ist er zentrales Thema für die Analyse von gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zusammenhängen (HAUNSCHILD et al. 2009: 320). Daher ist es unabdingbar, herauszuarbeiten, welche Dimensionen von Macht aus unterschiedlichen wissenschaftstheoretischen Perspektiven zum Tragen kommen. Dies soll vor dem Hintergrund geschehen, dass jegliche Interaktion zwischen den Akteuren eines Produktionsnetzwerks immer auch mit Machtprozessen aufgeladen ist. In einer logischen Konsequenz werden daher die unterschiedlichen Erscheinungsformen von Macht mit einem global geprägten Produktionsnetzwerk verknüpft – in der vorliegenden Arbeit zu sehen am Beispiel der (nordwest-)deutschen Schweinefleischproduktion.

Die Dekonstruktion des Machtbegriffs erfolgt vor dem Hintergrund, dass sich in den letzten Jahrzehnten ein beachtlicher Literaturkorpus entwickelt hat, der sich – nicht zuletzt getrieben durch die zunehmende Vernetzung im Zeitalter der Globalisierung – Ketten- und Netzwerkansätzen bedient, um zu evaluieren, wie globale Produktion unter Annahme unterschiedlicher Machtkonstellationen gesteuert wird (FISCHER et al. 2010: 12; SCHAMP 2000: 26 f.).

Netzwerk- und auch Kettenansätze sind insbesondere im globalen Kontext mit Macht oder gar Machtgefällen durchzogen. Daher empfiehlt es sich geradezu, den Machtbegriff in einen räumlichen Kontext zu übertragen, was in der vorliegenden Arbeit mittels eines relationalen Ansatzes erfolgt und selbige somit in einen explizit wirtschaftsgeographischen Kontext stellt (BATHELT & GLÜCKLER 2012; BRAUN & SCHULZ 2012; JANSEN 1999; LIEFNER & SCHÄTZL 2012; ZADEMACH 2009). Wie nachfolgend zu sehen sein wird, erstrecken sich Produktionssysteme von einfachen, linearen Strukturen hin bis zu komplexen, netzwerkartigen. Dabei gilt es hervorzuheben, dass sowohl einfache als auch komplexe Strukturen keinesfalls als statische Gebilde verstanden werden dürfen, sondern sich in einem dynamischen, permanenten Zustand des Wandels befinden. Aus diesem Grund lassen sie sich idealerweise mit der relationalen Wirtschaftsgeographie verknüpfen, in welche sich auch Ansätze zu Wertschöpfungsketten und Produktionsnetzwerken problemlos einbetten lassen.

Anspruch dieser Arbeit ist es, innerhalb dieses relational-dynamischen Gefüges die Machtstrukturen im Produktionsnetzwerk Schwein offenzulegen und gleichzeitig zu

analysieren, wobei sämtliche direkt und indirekt an der Produktion beteiligte Akteure Berücksichtigung finden. Mit dieser Vorgehensweise, der Untersuchung von Machtbeziehung in multiskalaren Produktionsnetzwerken, stößt die Arbeit in eine bestehende Lücke wissenschaftlicher Forschung und versucht, diese mittels einer empirischen Untersuchung zu schließen. Mit der Untersuchung einzelner bi- und multilateraler Machtkonstellationen, wie sie im (nordwestdeutschen) Produktionsnetzwerk Schwein zu vermuten sind, betritt die Arbeit wissenschaftliches Neuland, da eine solche Untersuchung noch nicht vorliegt. Insofern leistet sie nachfolgend einen wissenschaftlichen Mehrwert und reiht sich in aktuelle Arbeiten zu Wertschöpfungsketten und Produktionsnetzwerken innerhalb der Agrar- und Ernährungswirtschaft ein.

Vor diesem Hintergrund ist es das erklärte Forschungsziel der vorliegenden Arbeit, Nordwestdeutschland als Cluster der Schweinefleischproduktion mit seinen vor- und nachgelagerten Bereichen sowie außerwirtschaftlichen Akteuren detailliert zu untersuchen, um zu verstehen, wie das multiskalare Produktionsnetzwerk Schwein hinsichtlich Macht organisiert ist. Die Notwendigkeit und der Mehrwert dieses Forschungsvorhabens sind darin zu sehen, dass in allen bisherigen Veröffentlichungen zu globalen Ketten- oder Netzwerkansätzen der Machtbegriff in impliziter oder expliziter Weise nicht ganzheitlich auf eine gesamte Branche angewendet wurde. Vielmehr limitieren diese Forschungsarbeiten unter Verwendung des Machtbegriffs die Komplexität und Dynamik von (Produktions-)Netzwerken, indem ihre ganze Ausprägung, wenn überhaupt, nur in Teilen evaluiert wird. In der vorliegenden Arbeit wird explizit ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt, indem das Zusammenspiel von wirtschaftlichen und nicht-wirtschaftlichen Akteuren, welche die Produktion ‚von außen‘ beeinflussen und dadurch erheblichen Anteil an der Ausgestaltung der Produktionskonfiguration haben. Nachfolgend leiten sich daraus folgende Forschungsfragen ab:

1. An welchen Punkten des Produktionsnetzwerks lassen sich (bi- oder multilaterale) Machtkonstellationen (z.B. in Form von Abhängigkeiten) feststellen und welche Akteure sind daran beteiligt?
2. Inwieweit zielt die strategische Ausrichtung unterschiedlicher Akteure auf eine Verbesserung beziehungsweise kontinuierliche Festigung der Machtposition?

3. Inwieweit nehmen formell-politisch nicht legitimierte Akteure (Nichtregierungsorganisationen<sup>2</sup>, Medien etc.) Einfluss auf die Konfiguration des Produktionsnetzwerks?
4. Welchen Erklärungsgehalt bieten die Machtzugänge unterschiedlicher wirtschaftsgeographischer Ansätze für die räumliche Ausgestaltung des Produktionsnetzwerks?

## 1.4 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit

In den nachfolgenden Kapiteln sollen die in der Einleitung aufgeführten Problemstellungen und daraus resultierenden Fragestellungen zunächst eine theoretische Fundierung erfahren. Zu diesem Zweck werden die theoretischen Grundlagen erläutert, welche als notwendiges Fundament für eine empirische Umsetzung erachtet werden. So erfolgt in Kapitel 2 zunächst eine ausdifferenzierte Dekonstruktion des Machtbegriffs anhand unterschiedlicher wissenschaftstheoretischer Disziplinen. Hierzu gehören die wissenschaftlichen Felder der Soziologie, Psychologie, Kommunikations-, Politik- und auch Wirtschaftswissenschaften. Aufbauend auf den in Kapitel 2 gelegten Grundlagen zum Machtbegriff wird in Kapitel 3 die theoretische Fundierung für die räumliche Organisation des Produktionsprozesses gelegt. Hier geht es um die Darstellung und Diskussion linearer Produktorganisation (vertikal und horizontal) sowie von Produktionsnetzwerken. In Kapitel 4 werden die methodische Vorgehensweise und das Forschungsdesign dargelegt, mit denen das empirische Feld erschlossen wird. In einem nächsten Schritt werden in Kapitel 5 vorab die unterschiedlichen Akteure des Produktionsnetzwerkes Schwein sowie deren Interaktionsmuster und Strukturen aufgezeigt und gegeneinander diskutiert. Daran anschließend folgt die Darstellung der Ergebnisse anhand der Erkenntnisse aus der empirischen Untersuchung (hier: Experteninterviews) in zwei voneinander getrennten Kapiteln. In Kapitel 6 werden die Machtkonstellationen der unmittelbar an der Produktion beteiligten Akteure (Hauptakteure) evaluiert und mit den theoretischen Grundlagen verschnitten. Das zweite Ergebniskapitel, Kapitel 7, widmet sich den Machtkonstellationen zwischen den divergierenden Akteuren, welche direkt (Hauptakteure) und indirekt (außerwirtschaftliche Akteure) an der Produktion von Schweinefleisch und seinen Verarbeitungsprodukten beteiligt sind und das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein in er-

---

<sup>2</sup> Im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit wird für ‚Nichtregierungsorganisationen‘ die englische Abkürzung ‚NGO‘ (*Non-governmental organisation*) verwendet, da sie sich mittlerweile auch in der deutschsprachigen Forschungslandschaft etabliert hat (SEIFER 2009: 21).

heblichem Maße beeinflussen. Im letzten Kapitel, Kapitel 8, werden die gewonnenen Ergebnisse unter Einbeziehung der Fragestellungen, die in der Einleitung aufgeworfen wurden, interpretiert. Im Anschluss daran wird ein Ausblick für zukünftige, weiterführende Forschung gegeben und Handlungsempfehlungen für Akteure in den Untersuchungsregionen ausgesprochen.

## 2 Grundlagen zum Machtbegriff

In einem Versuch, den Machtbegriff seiner Bedeutung nach genau zu erfassen, zitiert BIERSTEDT (1950: 730) den heiligen Augustinus in seinen Äußerungen über die Zeit: „(...) *we all know perfectly well what it is – until some asks us.*“

Dieses Zitat macht deutlich, dass der Selbstverständlichkeit des Machtphänomens eine absolute Unklarheit des Begriffs gegenübersteht, die einem „*theoretischen Chaos*“ gleichzusetzen ist (HAN 2005: 7). So wird Macht im Kontext von Freiheit gesehen, manchmal aber auch in Verbindung mit Unterdrückung. Hier steht Macht mit Ordnung, dort mit sozialem Zwang im Zusammenhang. Die einen interpretieren Macht als Willkür, die anderen als Recht. Der Machtbegriff erweist sich also als vielschichtiges, schillerndes und zugleich widersprüchliches Phänomen (IMBUSCH 1998; LEHMANN-GRUBE 2010). Ob in Form von ‚Staatsmacht‘, ‚politischer Macht‘, ‚religiöser Macht‘, ‚militärischer Macht‘, ‚kultureller Macht‘, ‚Marktmacht‘, ‚Nachfragemacht‘ oder ‚Verhandlungsmacht‘: Der Machtbegriff weist eine Fülle von Dimensionen auf und ist zugleich zentrales Thema für die Analyse von gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zusammenhängen (HAUNSCHILD et al. 2009: 320).

Im folgenden Kapitel erfolgt eine grundlegende Darlegung des Terminus Macht hinsichtlich verschiedener wissenschaftlicher Zugänge, um ein umfassendes Verständnis über die unterschiedlichen Ausprägungen von Macht zu erlangen.

### 2.1 Machtperspektiven im wissenschaftlichen Diskurs

Der eingehenden und definatorischen Ausarbeitung des Terminus Macht in Anlehnung an WEBERS Herrschaftssoziologie (1972 [1921-22]) folgt eine darüber hinausgehende Betrachtung am Beispiel ausgewählter wissenschaftlicher Disziplinen. Denn Macht entfaltet sich unter anderem im Kontext eines multilateralen Beziehungsgeflechts auf Basis psychologischer Prozesse (Psychologie), reicht von Kommunikationsbeziehungen mit mindestens zwei Akteuren (Kommunikationswissenschaften) über (teilweise) unzweckmäßige politische Machtbeziehungen (Politikwissenschaften) und führt zu Tausch- und Handelsbeziehungen der Ökonomie (Wirtschaftswissenschaften).

#### 2.1.1 Macht aus soziologischer Perspektive

‚Macht‘ gehört zu den ältesten Merkmalen menschlichen Zusammenlebens und ist somit eines der grundlegendsten Konzepte der Soziologie (BERGER 2009; JANSEN

1999: 155; RUSSELL 1938; SCHWIETRING 2011: 220). Nicht zuletzt aus diesem Grund bietet es sich an, im Rahmen der multiperspektivischen Aufarbeitung des Machtbegriffs den soziologischen Zugang voranzustellen.

Den zentralen Ausgangspunkt für die Überlegungen und Veröffentlichungen im Kontext von Macht, die der modernen Soziologie entspringen, bildet MAX WEBER (1972 [1921-22])<sup>3</sup>. Vorwiegend beschäftigte WEBER sich mit gesellschaftlichen Machtstrukturen und ging der Frage nach, weshalb unterschiedliche Menschen in bestimmten gesellschaftlichen Ordnungen Weisungen folgen und welche Gründe es für deren Gehorsam gibt. WEBER (1972 [1921-22]) unterscheidet zwischen ‚Macht‘ und ‚Herrschaft‘ (KALBERG 2006: 51 f.). Den klassischen Definitionen aus den „*Soziologischen Grundbegriffen*“ (WEBER 1972 [1921-22]: 1-30) folgend, kann Macht nach WEBER (1972 [1921-22]) auf unterschiedlichsten Faktoren beruhen. Diese reichen von körperlicher Überlegenheit und nackter Gewalt bis hin zu ökonomischer und emotionaler Abhängigkeit. Dabei ist Macht immer an konkrete Situationen sowie bestimmte Akteure gebunden. Unter dem Begriff Herrschaft hingegen ist ein dauerhaftes Verhältnis zu verstehen, das nicht auf eine einzelne Situation beschränkt ist und sich potenziell auf einen weiteren Kreis von Akteuren erstreckt. Gewissermaßen könnte man Herrschaft demnach als institutionalisierte Macht, also etablierte und zumindest zeitweise stabile soziale Form, betrachten (SCHWIETRING 2011: 223). Um eine scharfe Abgrenzung zwischen diesen unterschiedlichen, aber dennoch eng miteinander in Beziehung stehenden Begriffen Macht und Herrschaft zu vollziehen, erfolgt zunächst eine separate Betrachtung der beiden Termini in Anlehnung an WEBER (1972 [1921-22]).

#### Macht nach WEBER

*„Macht bedeutet jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht“* (WEBER 1972 [1921-22]: 28).

Während diese Definition von Macht knapp und formal ausgearbeitet ist, erlaubt sie einen relativ umfassenden Interpretationsspielraum. So lassen sich besonders folgende Aspekte herausheben (INHETVEEN 2008: 253; KALKA-RÜTTEN 2006: 23 f.; NEUBAUER & ROSEMAN 2006: 42 f.; RICHTER 2014: 35 ff.; SCHWIETRING 2011: 224):

---

<sup>3</sup> WEBER (1864-1920) wird als Mitbegründer der modernen Soziologie gesehen und prägte die deutsche Sozial- und Kulturwissenschaft bis zu seinem Tod maßgeblich. Sein Hauptwerk „*Wirtschaft und Gesellschaft*“ (1922) findet auf nationaler und internationaler Ebene höchste Achtung und gehört zum Basiswissen in Lehre und Forschung (KAESLER 2003, TYRELL 1980).



- Die Durchsetzung des eigenen Willens innerhalb einer sozialen Beziehung wird als zentrales Merkmal von Macht angesehen. Einerseits ergibt sich daraus das obligatorische Vorhandensein von mindestens zwei beteiligten Akteuren (oder Parteien), die zueinander in einer sozialen Beziehung stehen. Andererseits ist aus der Willensdurchsetzung eines Akteurs ein intentionaler Charakter des Machtbegriffs abzuleiten, da eine zweckorientierte Absicht unter subjektiven Interessen unterstellt wird.
- „(...) *auch gegen Widerstreben (...)*“ sagt aus, dass innerhalb eines Machtgefüges nicht zwangsläufig dem Willen eines Akteurs Folge geleistet wird, denn dies kann auch aus eigenem Antrieb geschehen oder weil die gleichen Absichten verfolgt werden. Macht zeichnet sich dadurch aus, dass ein Akteur den eigenen Willen auch dann durchsetzen kann, wenn er dem Willen oder den Absichten anderer widerspricht.
- „*Chance*“ bedeutet eine Möglichkeit, ein Potenzial. Macht ist also nicht erst dann gegenwärtig, wenn jemand seinen eigenen Willen tatsächlich durchsetzt; per definitionem reicht allein die Möglichkeit, dies zu tun.
- Der Machtbegriff ist nicht auf eine bestimmte Sphäre des sozialen Lebens, wie etwa Politik oder Wirtschaft, limitiert, sondern erstreckt sich über „*jede Chance (...), den eigenen Willen (...) durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht.*“ Daraus ergibt sich ein sehr breites Spektrum an alltäglichen Machtformen (ökonomische Macht, Hierarchien, Drohungen, körperliche Gewalt etc.).

In diesem Kontext sei erwähnt, dass die angeführte Definition auch den Inhalt des (durchzusetzenden) Willens nicht limitiert. So kann ein Akteur aus einer Position der Macht heraus – und das ist, wie später zu sehen sein wird, ein wesentlicher Unterschied zum Herrschaftsbegriff – versuchen, alles Erdenkliche durchzusetzen.

Webers Machtkonzept weist einen dynamischen Charakter auf, da in den meisten Fällen eine Partei über mehr Einfluss verfügt (‘Macht-Besitzer’) als die andere (‘Opfer’). Neben der Tatsache sich temporär und situativ ändernder Bedingungen, liegt es auf der Hand, dass Macht-Besitzer in der Regel darin bestrebt sind, ihre Machtposition kontinuierlich zu festigen.

Die Leistung WEBERS (1972 [1921-22]) besteht darin, dass der in seiner Definition enthaltende Machtbegriff quasi auf alle sozialen Beziehungen anwendbar ist. Darüber hinaus erscheint Macht in allen denkbaren Situationen des Lebens, kommt in unterschiedlicher Ausprägung vor und weist von der Mikro- bis zur Makroebene verschiedenste Sinngehalte auf (z.B. Einzelpersonen, Gruppen, Organisationen, Ge-

samtgesellschaften). Macht ist also allgegenwärtig und zeigt sich, sobald Menschen in eine soziale Beziehung treten<sup>4</sup>. In der einschlägigen Literatur wird der Machtbegriff deshalb als ‚kausal-relationales‘ Konzept bezeichnet (BOUDON & BOURRICAUD 1992: 302; JANSEN 1999: 157; SCHWIETRING 2011: 225).

WEBER verknüpft Macht mit dem Herrschaftsbegriff und legt fest: „*Herrschaft ist, (...), ein Sonderfall von Macht*“ (WEBER 1972 [1921-22]: 541).

#### Herrschaft nach WEBER

Den Terminus ‚Herrschaft‘ definiert WEBER als „*die Chance, (...) für spezifische (oder: für alle) Befehle einer angebbaren Gruppe von Menschen Gehorsam zu finden*“ (WEBER 1972 [1921-22]: 28). Die wesentlichen Besonderheiten dieser knappen sowie rein formalen Definition des Herrschaftsbegriffs sind im Folgenden zusammengefasst (KALBERG 2006: 54 f.; KALKA-RÜTTEN 2006: 23 ff.; RICHTER 2014: 36 ff.; SCHWIETRING 2011: 226):

- Im Zentrum der vorliegenden Herrschaftsdefinition steht der Passus „*Gehorsam (...) finden*“, was vor allem im Kontrast zu WEBERS Machtdefinition deutlich wird: Der Machtbegriff ist dadurch definiert, den eigenen Willen auch gegen Widerstand durchsetzen zu können, während Herrschaft dann vorliegt, wenn Befehle bei bestimmten Menschen freiwilligen Gehorsam finden. Aus Herrschaftsperspektive stellt sich also nicht die Frage, weshalb jemand innerhalb einer sozialen Beziehung über Macht verfügt, sondern aus welchen Motiven heraus Menschen handeln, wenn sie aus eigenem Antrieb heraus gehorchen und den Befehlen anderer folgen. Es geht also um die (freiwillige) Anerkennung der Herrschaft durch die Bereitschaft, sich unterzuordnen.
- Analog zum Machtbegriff ist auch im Zusammenhang mit Herrschaft keine Einschränkung auf eine bestimmte Sphäre denkbar. Somit sind unterschiedliche Herrschaftsformen auf die verschiedensten Arten und Ebenen sozialer Verhältnisse anwendbar.

Die vorangestellten Definitionen stellen eine Möglichkeit dar, die Termini Macht und Herrschaft genauer zu bestimmen. Anhand der allgemeingültigen, begrifflich-logischen Konstruktion der Definitionen wird deutlich, dass es Weber keineswegs da-

---

<sup>4</sup> „*Der Begriff ‚Macht‘ ist soziologisch amorph. Alle denkbaren Qualitäten eines Menschen und alle denkbaren Konstellationen können jemand in die Lage versetzen, seinen Willen in einer gegebenen Situation durchzusetzen*“ (WEBER 1972 [1921-22]: 28 f.).

rum geht, einen real existierenden Fall zu beschreiben, sondern um die Bildung präziser und zugleich eindeutiger Begriffe. Mit Hilfe dieser wird anhand eines konkreten sozialen Phänomens die Unterscheidung zwischen Macht und Herrschaft erleichtert (SCHWIETRING 2011: 224).

WEBERS herausragende Bedeutung im Kontext seiner Herrschaftssoziologie endet nicht mit der Unterscheidung zwischen Macht und Herrschaft. Vielmehr bildet sie die Grundlage für weitreichendere Untersuchungen der Motive des Gehorchens, welche konstitutiv für Herrschaft sind. In diesem Zusammenhang unterscheidet WEBER (1972 [1921-22]) zunächst zwischen kurzweiligeren Motiven des Gehorchens sowie dauerhafteren und stabileren Formen, die zu einer legitimierten Herrschaft führen (SCHWIETRING 2011: 230 f.)<sup>5</sup>.

In Tabelle 1 sind die prägnanten Unterschiede zwischen den Begriffen Macht und Herrschaft nach WEBER aufgeführt.

Tabelle 1 – Unterschiede zwischen Macht und Herrschaft nach WEBER

Macht	Herrschaft
<ul style="list-style-type: none"> <li>• situativ</li> <li>• abhängig von Machtmitteln verschiedenster Art aufseiten des Machtausübenden</li> <li>• brüchig bei Fortfall der aktuellen Machtmittel</li> <li>• Machtmittel eröffnen die Chance, Beliebiges zu erzwingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dauerhaft</li> <li>• abhängig von der Bereitschaft der Gehorchenden, freiwillig einem Befehl zu folgen</li> <li>• auf Legitimität angewiesen, um dauerhaft zu sein</li> <li>• die Bereitschaft zum Gehorsam ist auf bestimmte Bereiche und Personen beschränkt</li> </ul>

Quelle: in Anlehnung an SCHWIETRING (2011: 229).

Da der Machtbegriff sehr komplex und seiner Bedeutung nach schwierig zu fassen ist, nehmen unterschiedliche soziologische Autoren begriffliche Abgrenzungen und die Bildung von Begriffspaaren vor, um das Machtkonzept zu präzisieren. Als Beispiel solcher paarweisen Begriffsbestimmungen kann – wie bereits beschrieben – ‚Macht versus Herrschaft‘ genannt werden. Daneben kommen beispielsweise ‚Macht versus Gewalt‘, ‚Macht versus Zwang‘ oder ‚Macht versus Autorität‘ vor. Der Machtbegriff wird aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet, um verschiedene Anhaltspunkte

<sup>5</sup> Einen detaillierteren Überblick der Herrschaftssoziologie nach WEBER sowie der darin enthaltenen Typen legitimer Herrschaft geben neben anderen ABELS (2009), BOTT (2013), DIETZ (1995), IMBUSCH (2008), INHETVEEN (2008), KALKA-RÜTTEN (2006), KÜHNE (2008), SAHNER (2014) und SCHWIETRING (2011).

sozialer, hierarchischer Verhältnisse herauszuheben und zu analysieren. Aufgrund dieser differenzierten Betrachtungsweisen kommt es zu unterschiedlichen Definitionen von Macht. Darüber hinaus wird Macht häufig mit anderen Termini, wie beispielsweise ‚Einfluss‘, ‚Zwang‘, ‚Führung‘, ‚Gewalt‘, ‚Steuerung‘, verglichen (BOTT 2013: 130 ff.; IMBUSCH 2008: 165; JANSEN 1999: 155; KALKA-RÜTTEN 2006: 11; RAAB et al. 2010: 268 ff.; SCHMALT & HECKHAUSEN 2005: 212 ff.; SCHWIETRING 2011: 223).

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit sind neben der Herleitung WEBERS folgende soziologische Machtdefinitionen von Bedeutung:

- *„Macht entspringt der menschlichen Fähigkeit (...) sich mit anderen zusammenschließen und im Einvernehmen mit ihnen zu handeln. Über Macht verfügt niemals ein Einzelner; sie ist im Besitz einer Gruppe und bleibt nur solange existent, als die Gruppe zusammenhält – Macht als komunitäres gemeinschaftliches Phänomen. Wenn wir von jemandem sagen, er habe die Macht, heißt das in Wirklichkeit, dass er von einer bestimmten Anzahl von Menschen ermächtigt ist, in ihrem Namen zu handeln“* (ARENDET 1996: 45).
- *„Macht (...) als das Vermögen, wertvolle kollektive Ergebnisse in einem sozialen System mitzubestimmen. Der Wert der kollektiven Ergebnisse wird seinerseits bestimmt durch das Interesse, das mächtige Akteure im sozialen System an diesen Ergebnissen haben“* (STOKMAN 1995: 161). Diese auf der Makroebene ansetzende Machtkonzeption geht nicht der Frage nach, über welche Akteure Macht ausgeübt wird, sondern welche Ereignisse in einem Sozialsystem von einem Akteur (oder mehreren) beeinflusst werden können.

### **2.1.2 Macht aus psychologischer Perspektive**

Die Psychologie knüpft insofern an die Machtdebatte der Soziologie an, als dass die Grundlagen auch den relationalen, beziehungsgebundenen Machtbegriff thematisiert und dabei mit den kollektivierten mentalen Modellen zu gruppenbezogenen Gedanken überleitet (LIES 2012: 203 f.). Es ist zu konstatieren, dass die Nutzung von Macht zum einen ohne Widerstand des Gegenübers und zum anderen gegen dessen Widerstreben erfolgen kann und entsprechend der Situation positiv oder negativ interpretiert wird. Gegenwehr entspringt der Vermutung, dass die eigenen Interessen verletzt werden. Wenn also Macht zum Nachteil anderer genutzt wird, resultiert daraus Widerstreben und gegebenenfalls offener Widerstand. Das führt wiederum oft zu stärkerer Unterdrückung bis hin zu Bestrafung (durch den Mächtigeren), sofern Kontrollen dies nicht verhindern. Positive Beispiele für die Nutzung von Machtpotenzialen

gegenüber anderen Personen sind unterstützende Hilfestellungen oder die Respektierung von Interessen (SCHOLL 2012: 204).

Psychologische Untersuchungen (z.B. GRAUMANN 2001; SCHOLL 2013) präzisieren diese beiden Möglichkeiten der Machtnutzung und zeigen, dass Menschen alle Formen von (sozialer) Interaktion und Kommunikation innerhalb von zwei unterschiedlichen Dimensionen<sup>6</sup> erleben und beurteilen (SCHOLL 2012: 205 f.):

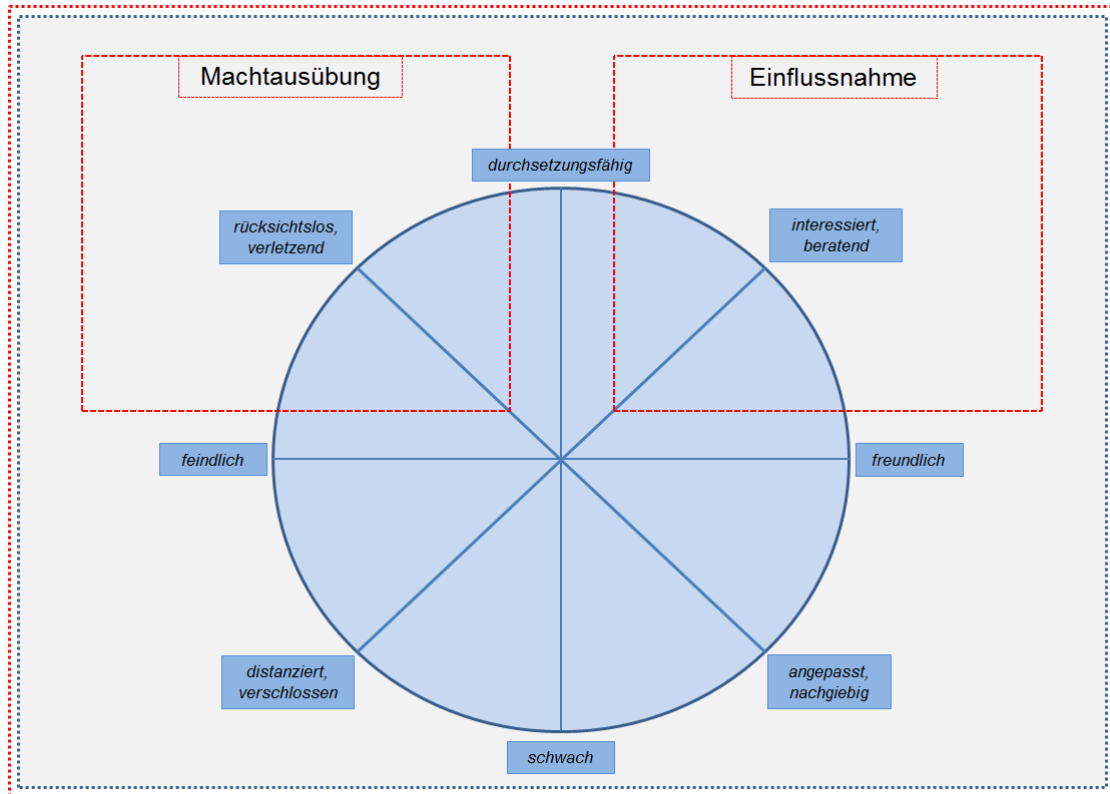
- Die erste und wichtigste Dimension, namentlich ‚Einschätzung‘/‚Evaluation‘, beurteilt, ob etwas – aus eigener Sicht – positiv oder negativ, gut oder böse, angenehm oder unangenehm ist. Mit Blick auf andere Personen ist die Beurteilung der ‚Affiliation‘ (= Gesellung) gemeint, also ob der (die, das) Gegenüber sympathisch oder unsympathisch, kooperativ oder konkurrierend, freundlich oder feindlich wahrgenommen wird.
- Als zweite Dimension folgt die ‚relative Macht‘, welche abschätzt, ob der (die, das) Gegenüber stärker, durchsetzungsfähiger, mächtiger, gleich, schwächer, submissiv oder gar unterlegen ist.

Die erste Dimension (Affiliation) wird immer mit der zweiten (relative Macht) kombiniert, so dass es nie zu einer isolierten Beurteilung kommt. Im Zuge dessen wird beispielsweise folgenden Fragen nachgegangen: Verfolgt der (die, das) Mächtigere freundliche oder feindliche Absichten? Ist vom (mächtigeren) Gegenüber eine freundliche Machtnutzung beziehungsweise Unterstützung zu erwarten oder zumindest eine Respektierung der eigenen Interessen? Oder ist feindliche Machtausübung und damit einhergehend eine Verletzung der eigenen Interessen zu befürchten? Die Koexistenz zwischen positiver und negativer Machtnutzung ist in folgender Abbildung 1 zusammengefasst. Innerhalb der Abbildung wird die freundliche, positive Machtnutzung unter ‚Einflussnahme‘ subsumiert. Die feindliche, negative Machtnutzung wird hingegen negativ konnotiert und mit dem Begriff ‚Machtausübung‘ versehen.

---

<sup>6</sup> SCHOLL (2012: 206) verweist auf eine weitere Dimension der Machtnutzung innerhalb der Philosophie, die ‚Aktivierung‘. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit ist sie jedoch von untergeordneter Bedeutung.

Abbildung 1 - Nutzung von Machtpotenzialen in zwei Dimensionen



Quelle: in Anlehnung an SCHOLL (2012: 205).

Im Kontext der obigen Abbildung 1 definiert SCHOLL (2012: 206) das Zusammenspiel zwischen ‚Einflussnahme‘ und ‚Machtausübung‘ wie folgt: *„Einflussnahme ist eine intendierte Einwirkung von A auf das Erleben und/oder Handeln von B, die im Einklang mit den Interessen von B steht, d.h., die Interessen von B werden gewahrt oder sogar gefördert. Machtausübung ist eine intendierte Einwirkung von A auf das Erleben und/oder Handeln von B, die gegen die Interessen von B ist, d.h. die Interessen von B werden verletzt.“* Innerhalb dieser Definition steht der Terminus ‚soziale Einwirkung‘ als Oberbegriff für Einflussnahme und Machtausübung, bei der eine Person (oder auch Gruppe) A das Erleben und/oder Handeln einer anderen Person (oder Gruppe) B (mit) verursacht. Infolgedessen können Mächtigere ihr Potenzial in der Art nutzen, dass sie entweder ihre Interessen gegen die des Gegenübers durchsetzen (Machtausübung) oder die Interessen des Gegenübers berücksichtigen oder zumindest respektieren (Einflussnahme). Vor diesem Hintergrund existieren Machtpotenziale als individuelle Ressourcen, von denen eine Person (oder auch Gruppe) mehr hat als die andere. Sie reichen von körperlicher Kraft über Informationen, Erfahrung, Wissen, Besitz und Geld, eine hierarchische Position bis hin zu guten Beziehungen (SCHOLL 2012: 206).

Die Sozialpsychologen FRENCH und RAVEN (1959) beschäftigten sich mit der Bestimmung von Machtpotenzialen und entwickelten das ‚Machtbasen-Konzept‘, welches als Ausgangspunkt vieler empirischer Forschungsfragen angesehen wird und bis heute in der Literatur höchste Geltung findet (vgl. z.B. WISWEDE 2012: 255). In ihren Arbeiten elaborierten die Autoren fünf allgemeingültige Machtgrundlagen (FRENCH & RAVEN 1959: 156 ff.)<sup>7</sup>:

- ‚Belohnungsmacht‘ (*Reward Power*) ist die „*ability to administer positive valences and to remove or decrease negative valences.*“ Diese Machtgrundlage beinhaltet die Vergabe zusätzlicher Anreize materieller und immaterieller Art. Beispielsweise finanzielle Zuwendungen, Gehaltserhöhungen, Lob und Wertschätzung, soziale Anerkennung, Aufnahme in einen Freundeskreis, Eröffnung von Aufstiegschancen.
- ‚Bestrafungsmacht‘ (*Coercive Power*) ist analog zur vorherigen Machtgrundlage, allerdings inhaltlich entgegengesetzt. Es ist also das Vermögen, ungewünschte Handlungen mit negativen Folgen zu sanktionieren. Hierzu zählen zum Beispiel Ausübung von Druck, Drohung, Kontrolle, Versetzung an unangenehme Arbeitsplätze, Abwertung oder Ausgrenzung.
- ‚Macht durch Legitimation‘ (*Legitimate Power*) steht in engem Zusammenhang mit der Herrschaftssoziologie in Anlehnung an WEBER (1972 [1921-22]) (vgl. Kapitel 2.1.1), nach der die Machtgrundlage auf – allseits akzeptierte und so verstandene – Befugnisse und Normen gründet. Die Basis hierfür bilden verinnerlichte Vorstellungen über soziale Strukturen. Beispiele solcher Normen sind Reziprozität, Fairness oder Ehrlichkeit.
- ‚Identifikationsmacht‘ (*Referent Power*) beruht auf einer Vorbild- oder Modellwirkung. So führt die Attraktivität einer einwirkenden Person (oder Gruppe) zu einer Identifikation und Nachahmung anderer beziehungsweise durch andere. Beispiele sind besonders charismatische Personen (oder Gruppen), Bezugspersonen oder Gruppeneinfluss hinsichtlich Einbindung und Commitment.
- ‚Expertenmacht‘ (*Expert Power*) kann in der Situation gegen andere eingesetzt werden, in der der (die, das) Gegenüber weniger Wissen aufweist. Expertenmacht

---

<sup>7</sup> Die Ausarbeitung der Machtgrundlagen wird an dieser Stelle nur in zweckdienlicher Tiefe durchgeführt, so dass neben der Nennung lediglich eine kurze Beschreibung erfolgt. Einen ausführlichen Überblick bieten unter anderem BUSCHMEIER (1995: 25 ff.), SANDNER (1992: 18 ff.), SCHOLL (2012: 206 f.), WISWEDE (2012: 255) oder WOLF (2011: 270 ff.).

konzentriert sich vornehmlich auf den konkreten Bereich der Fachkompetenz (Fachwissen), Sachverstand, Expertenwissen oder monopolisiertes Wissen.

Einige Jahre nach der ursprünglichen Klassifikation ergänzte RAVEN (1965: 372) eine sechste Machtgrundlage: ‚Macht durch Information‘ (*Informational Influence*) bedeutet zunächst, dass Person (oder Gruppe) A die Kontrolle über jene Informationskanäle hat, die für Person (oder Gruppe) B von Relevanz sind. Neben der Informationskontrolle ist auch ein momentaner Wissensvorsprung denkbar.

Während – wie oben erwähnt – das Machtbasen-Konzept nach FRENCH und RAVEN (1959) seit vielen Dekaden innerhalb des Literaturkorpus höchste Beachtung findet, sieht es sich dennoch einigen wichtigen Kritikpunkten ausgesetzt. So wird kritisiert, dass die verschiedenen Machtgrundlagen nicht eindeutig voneinander abzugrenzen sind. Darüber hinaus wird angemerkt, dass sich Einflussnahme und Machtausübung entweder aktiv/bewusst durch den mächtigeren/überlegenen Akteur (z.B. durch Belohnung oder Bestrafung) vollziehen oder passiv/unbewusst von dem vermeintlich unterlegenen Akteur (z.B. Identifikation) ausgehen (NIENHÜSER 2003: 35 f.; SANDNER 1992: 22 ff.).

### **2.1.3 Macht aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive**

Das kommunikationswissenschaftliche Verständnis von Macht wurde von LUHMANN (2003) maßgeblich beeinflusst. Im Gegensatz zu WEBER (vgl. Kapitel 2.1.1) versteht LUHMANN Macht nicht als amorph, also auf alle denkbaren Konstellationen und eine unbestimmte Vielzahl von Interaktionen (soziale Beziehungen) anwendbaren Begriff. Vielmehr beruht Macht nach LUHMANN auf lediglich einer einzigen Art der Interaktion: der Kommunikation (HAJNAL 2012: 291; LUHMANN 2003). LUHMANN konstatiert das Ziel jedes Kommunikationsmediums (z.B. Zeitung, Fernsehen, Internet) darin, Komplexität zu reduzieren. So selektiert jeder Kommunikator zunächst aus einer Vielzahl vorhandener Informationen und gibt die ihm wichtigsten an den Rezipienten weiter. Sobald in der Folge diese Auswahl die Handlungen (oder Unterlassungen) des Rezipienten beeinflusst, wird Macht ausgeübt. In Anbetracht der Tatsache, dass Macht auch dem Umgang mit physischen und ökonomischen Ressourcen entspringt, erscheint die Reduktion des Machtbegriffs nach LUHMANN zu extrem. Allerdings lässt der Umkehrschluss den Gedanken zu, dass jeder Kommunikationsprozess zu einer Ausübung von Macht führt (HAJNAL 2012: 291 f.; RAAB et al. 2010: 269 ff.).

Es ist zielführend, eine Annäherung des Machtbegriffs innerhalb der Kommunikationswissenschaften über eine anwendungsbezogene Einordnung dieses Forschungszweiges vorzunehmen. Zu diesem Zweck erfolgt ein zusätzlicher Blick in die Public



Relations (PR)<sup>8</sup>- sowie Medienforschung als explizite Bestandteile der Kommunikationsforschung.

RÖTTGER (2009: 14) führt aus, dass „*die kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit Public Relations (...) stark durch die zeitung- und publizistikwissenschaftliche Tradition des Faches geprägt [ist]. Die PR-Forschung hat ihren Ausgangspunkt in der klassischen Kommunikatorforschung, in deren Mittelpunkt traditionell die Journalismusforschung steht.*“ Darüber hinaus entwickelte sich in der jüngeren Vergangenheit ein medienwissenschaftlicher Forschungsgegenstand, der Teil der Kommunikationswissenschaften ist und explizit Medienzusammenhänge mit einbezieht (MALETZKE 1998: 24 f.).

Im Allgemeinen gestaltet sich eine definitorische Abgrenzung des Kommunikationsbegriffs insofern als schwierig, als dass – zumindest innerhalb der Kommunikationswissenschaften – keine klare, einhellig akzeptierte Definition vorherrscht (MALETZKE 1998: 17; MERTEN 1977). Eine richtungsweisende Annäherung gibt BRUHN (2007: 2), wonach Kommunikation die geplante Übermittlung von Bedeutungsinhalten ausdrückt, um Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen bestimmter Adressaten gemäß spezifischer Zielsetzungen zu beeinflussen. Um den Terminus ‚Kommunikation‘ seiner Bedeutung nach trennschärfer zu verstehen und hinsichtlich des – zumindest vorerst – hintergründigen, prozessualen Gedankens besser skizzieren zu können, vergleicht BECK (2010: 16 ff.) einen Kommunikationsprozess mit dem Transport von Gütern: Im Güterverkehr werden Waren von einem Ort A an einen Ort B transportiert, so dass sie sich am Ende nicht mehr an Ort A, sondern an Ort B befinden. In der Kommunikation, bei der Inhalte (Informationen, Aussagen, Botschaften etc.) ‚transportiert‘ werden, verhält sich dies offensichtlich anders: Wenn Mensch A Mensch B etwas mitteilt, verfügt Mensch A auch nach dem Kommunikationsprozess noch über den Inhalt. Im Gegensatz zum Gütertransport wird bei Kommunikationsprozessen nicht nur übermittelt, sondern geteilt. Es stellt sich zunächst die Frage, ob die Inhalte, die Mensch A sendet oder senden will, auch tatsächlich vollständig bei Mensch B ankommen: Ist es möglich, dass Mensch B die gesendeten Inhalte vollständig anders wahrnimmt oder interpretiert? Darüber hinaus ist es durchaus denkbar, dass Mensch B die erhaltenen Inhalte an Mensch C weitergibt: Ist es möglich, dass Mensch B diese Inhalte aufgrund von (Fehl-)Interpretation oder vielleicht durch bewusstes oder unbewusstes Auslassen differenziert oder unvollständig weitergibt?

---

<sup>8</sup> Die Literatur weist einen diffusen und vielfältigen PR-Begriff auf, so dass von mehr als 2000 Begriffsfassungen gesprochen wird (BRUHN 1997: 544). Die vorliegende Arbeit versteht PR in Anlehnung an OECKL (1993), der den Begriff im Zuge seiner Eindeutigung als ‚Öffentlichkeitsarbeit‘ geprägt hat.

Es bleibt festzuhalten, dass jede Kommunikation einen individuellen Wahrnehmungs- und Interpretationsprozess nach sich zieht und zielgebunden erfolgt. Wahrnehmung, Deutung und gegebenenfalls Weiterleitung von Kommunikationsinhalten sind wichtige Aspekte im Kontext der Kommunikations- beziehungsweise PR-Forschung. Gerade die Unterscheidung zwischen der Wahrnehmung Einzelner im Vergleich zur Wahrnehmung in Gruppen ist dabei von herausragendem Interesse (LIES 2012: 135)<sup>9</sup>.

An die obigen Erkenntnisse schließt die Medienforschung, die an sich bilateral fundierte Kommunikations- und Wahrnehmungsprozesse personenübergreifend diskutiert, direkt an. Während der kommunikationswissenschaftliche Literaturkorpus Medien lange Zeit vornehmlich als technische Vorbereitungsinstrumente betrachtete, befassen sich die Medienwissenschaften in integrativer Weise mit den vielfältigen Zusammenhängen gesellschaftlicher, politischer, wirtschaftlicher und kultureller Phänomene (MALETZKE 1998: 24 f.). Medienkommunikation beschäftigt sich beispielsweise mit dem Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit unterschiedlicher Organisationen und Institutionen sowie journalistischen Beziehungen oder dem Einfluss von sogenannten Massenmedien, wie Zeitungen, Fernsehen oder das Internet, auf die Gesellschaft (LIES 2012: 143)<sup>10</sup>. Es wird kritisiert, dass gesellschaftsorientierte Diskussionsbeiträge oftmals einen erreichten Konsens, infolge eines Dialogs mit einer einflussnehmenden gesellschaftlichen Gruppierung, als gesamtgesellschaftliche Meinung der Öffentlichkeit darstellen (LIES 2008: 345). Vor diesem Hintergrund beschreibt MERTEN (2008: 140) die Öffentlichkeitsarbeit verschiedener Organisationen und Institutionen als einen Prozess, in dem wünschenswerte Wirklichkeiten zunächst konstruiert und anschließend als Image in der Öffentlichkeit suggeriert werden. In Anbetracht der zunehmenden Schnellebigkeit und Fülle der (Massen-)Medien, ist es durchaus nachvollziehbar, dass *„Informationen nicht mehr an der Realität geprüft (...), sondern geglaubt werden [müssen]“* (MAST 2008: 33).

Durch die konstruktivistisch geführte Debatte um Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit wird der Stellenwert der Medien in der öffentlichen Meinungsbildung sehr deut-

---

<sup>9</sup> Die kommunikationswissenschaftliche Lehre betrachtete zu den bereits genannten weitere Parameter und Phänomene, wie nonverbale Kommunikation, Stil, Haltung, Gestik, Mimik, Handlung, Logik, Gesprächsführung, Konfliktverhalten (BURKART 2002; TERNES 2008). Allerdings sind diese im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht weiter von Interesse.

<sup>10</sup> Im massenmedialen Kontext werden Dinge wie Massenkommunikation und Öffentlichkeit stark diskutiert. Während unter Massenkommunikation lediglich zu verstehen ist, dass Kommunikation von einer Vielzahl (unterschiedlicher) Menschen wahrgenommen wird, umfasst Öffentlichkeit alles, was sich in öffentlichen Räumen abspielt. Dabei scheint die Vorstellung einer räumlichen, zeitlich oder sachlich klar abgegrenzten Sphäre der Öffentlichkeit im kommunikationswissenschaftlichen Diskurs überholt. Vielmehr ist Öffentlichkeit ein Netzwerk mehrschichtiger Kommunikationsprozesse, in dem Öffentlichkeitsakteure (Sprecher) und Medien beteiligt sind (BECK 2010; BURKART 2002; RONNEBERGER & RÜHL 1992; SCHIEWE 2004).

lich. So geht die kommunikationswissenschaftliche Forschung seit langem der Frage nach, auf welche Weise Nachrichten zustande kommen (LIES 2012: 153). BAERNS (1985: 87 ff.) untersuchte, bezogen auf die Landespolitik in Nordrhein-Westfalen, den Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit auf die Medienberichterstattung und kam zu dem Ergebnis, dass über 60 Prozent auf Material der Öffentlichkeitsarbeit zurückzuführen sind. Darüber hinaus beruhen 80 Prozent aller analysierten Beiträge auf nur einer Quelle. BAERNS hält es für wahrscheinlich, *„dass standardisierte Informationsverarbeitungsprozesse unabhängig von subjektiven Intentionen der Macher und unabhängig von gesellschaftlichen Erwartungen dominieren und das tägliche Informationsgeschehen lenken“* (2000: 93). Andere Forschungsbefunde bekräftigen diese Vermutung (GROSSENBACHER 1986; ROSSMANN 1993). So stellen auch WEISCHENBERG et al. (2006: 121) fest, dass *„Pressemitteilungen von Unternehmen, Parteien, Verbänden und anderen Institutionen (...) eine wesentliche Rolle bei der journalistischen Themenfindung und bei der Suche nach Informationen [spielen]“*. Aus der Untersuchung nach BAERNS (1985/91), welche ein Abhängigkeitsverhältnis zwischen Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit konstatiert, resultiert die ‚Determinationsforschung‘. Die darin enthaltene Determinationshypothese, dass Timing und Berichterstattung von außermedialen Einflüssen (Öffentlichkeitsarbeit) kontrolliert wird, führt bis heute zu erheblichen Diskussionen (BAERNS 1991: 98; RAUPP 2008: 192 ff.; RÖTTGER 2009: 15). Allerdings ist von einem unabhängigen Journalismus auszugehen, solange Inhalte von Öffentlichkeitsarbeit als Quellen oder Themenanregungen verwendet, nachrecherchiert, weiterentwickelt oder hinterfragt werden (WEISCHENBERG et al. 2006: 123). In kausaler Folge diskutieren DORER und MARSCHIK (1993: 17 f.) den Einfluss der Medien auf die Öffentlichkeit. Dabei ist Macht als Ausdruck dessen zu verstehen, welche Anteile Medien an gesellschaftlichen Diskussionen haben. Medien bestimmen maßgeblich mit, *„worüber sich gesellschaftliche Diskussion entzündet und worüber Mitglieder der Gesellschaft denken, determinieren aber zugleich (...) das Wie“* (DORER & MARSCHIK 1993: 49). Dieser Ansatz entspricht der Annahme, dass Macht innerhalb der gegenwärtigen Medienrealität in Form von Einflussnahme existiert und nicht unerheblich ist.

#### **2.1.4 Macht aus politikwissenschaftlicher Perspektive**

Die politikwissenschaftliche Perspektive folgt an dieser Stelle der kommunikationswissenschaftlichen, da – wie später zu sehen sein wird – nicht zuletzt gesellschaftliche Interessen und politische Aktivitäten sehr eng mit unterschiedlichen Ausprägungen von Kommunikation verbunden sind.

Innerhalb der Politik tritt der Machtbegriff sehr vielgestaltig in Erscheinung, wobei er vorwiegend im Sinne von Einflussnahme und/oder Steuerung Verwendung findet. So hat in kleinster Instanz jeder Wähler Einfluss auf die Regierungsbildung auf kommunaler, Landes- oder Bundesebene. Weiterhin sind Politiker und deren Parteien darin bestrebt, die durch die Wahl erlangte Macht zu festigen und längerfristig an sich zu binden<sup>11</sup>. In Anlehnung an OLTEANU (2012: 79) ist innerhalb von Demokratien zwischen zwei unterschiedlichen Machtformen zu differenzieren: Zunächst beschreibt die ‚kommunikative Macht‘ der Öffentlichkeit einen positiven und zugleich normativen Machtbegriff, der die zentrale und legitimierende Ressource allen demokratischen Agierens und zugleich Ursprung aller durch ein demokratisches Verfahren hergestellten Gesetze ist. Daneben existiert die ‚administrative Macht‘, *„die sich in den Einflusspotenzialen auf politische Entscheidungen und Ressourcen der Verwaltung begründet und die es einzuhegen beziehungsweise öffentlich zu durchleuchten gilt“* (OLTEANU 2012: 79).

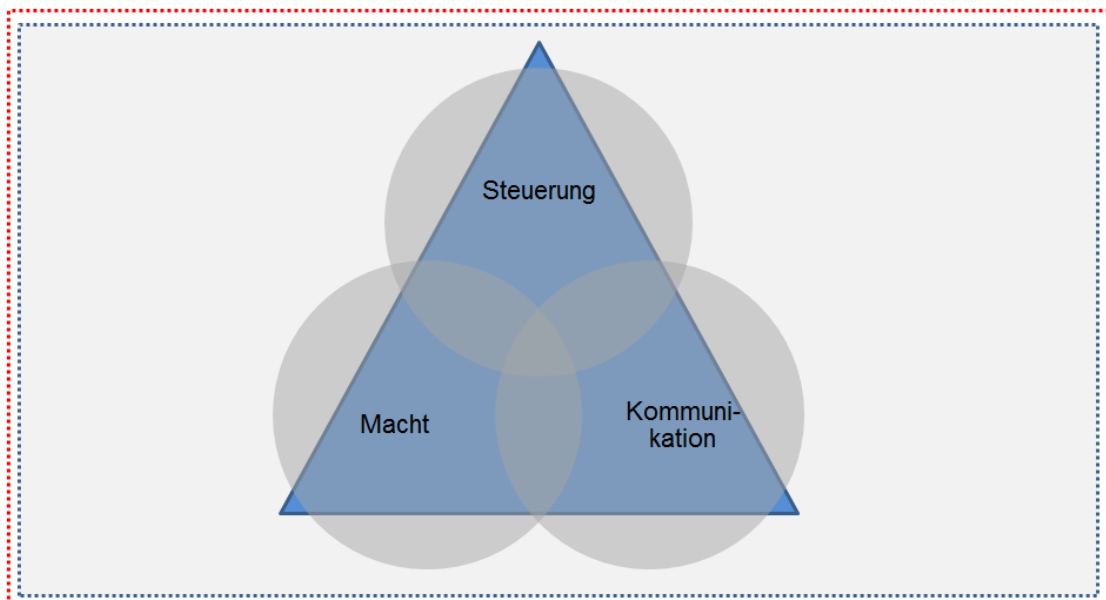
Aus Perspektive des Neo-Institutionalismus besteht der Staat aus einer Vielzahl organisationsdominierter Politikfelder, was zu einer hohen Komplexität führt. *„Diese Politikfelder differieren darin, ob sie die Verfolgung von Interessen von korporativen Akteuren (Unternehmen und Non-Profit-Organisationen) direkt betreffen und Regulierungen für sie vornehmen (z.B. Wirtschaftspolitik, Wissenschaftspolitik, Energiepolitik) oder ob sie die Rechte von natürlichen Personen, die von den Aktivitäten der korporativen Akteure tangiert werden, adressieren (z.B. Sozialpolitik, Verbraucherschutz, Gesundheitspolitik“* (JANNING 2012: 347). Das obligatorische Vorhandensein solcher Politikfelder ist dabei das Ergebnis staatlicher Bemühungen um Problemlösungen in einer ausdifferenzierten Gesellschaft (ibid.). Der vorangestellte Ansatz des Neo-Institutionalismus lässt auf das Vorhandensein heterogener Machtströmungen innerhalb der Politik schließen. Denn nicht zuletzt die Interessen verschiedener Akteure führen zu unterschiedlichen Zielen, deren Erreichung mit Machtasymmetrien und diversen Strategien der Einflussnahme verbunden ist. So konstatiert REUBER (2012: 28 f.) eine *„(...) Zunahme formell-politisch nicht legitimer Akteure in raumbezogenen Entscheidungsprozessen (...)“* und verweist damit auf eine steigende Anzahl an Protesten, zum Beispiel gegen Kernkraft-Einrichtungen, sperrige Großinfrastrukturprojekte oder die zunehmende Industrialisierung der Nutztierhaltung in Verbindung mit Aspekten der Tiergesundheit. In Anbetracht dieser zunehmenden Hybridisierung politischer Auseinandersetzungen liegt die Frage nahe, wie angesichts

---

<sup>11</sup> Einen Querschnitt über die Grundstrukturen und Ausprägungen des politischen, demokratischen Systems Deutschlands bieten zum Beispiel BECKER (2011) oder KORTE und FRÖHLICH (2009).

solcher Veränderungen gesellschaftlicher Grundstrukturen von Macht und Entscheidungskompetenz die künftige Rolle der Politik aussehen wird (REUBER 2012: 29). Neben den bisherigen Aspekten nimmt dieses Teilkapitel Bezug auf die Grundlagen und Ressourcen des Regierens, welche die Politik steuerbar, vermittelbar und umsetzbar machen. Vor diesem Hintergrund steht das (steuernde) Politikmanagement in sehr enger Beziehung zu Kommunikation und Macht, da zwischen diesen drei Bereichen sehr enge Verknüpfungen konzeptioneller und analytischer Art vorherrschen (KORTE & FRÖHLICH 2009: 173). Wie die Beziehung dieser drei Bereiche ausgestaltet ist, macht ein Runderlass der Regierung aus dem Jahr 2003 deutlich, in dem alle Ministerien aufgefordert werden, neben den wichtigsten Projekten auch die dazu passenden Kommunikationskonzepte mitzuliefern: *„So sollen die PR-Leute der Ressorts dem Regierungssprecher künftig etwa die Einschätzung der Problemlage in der Bevölkerung inklusive Daten aus der Meinungsforschung, die Darstellung möglicher kommunikativer Probleme und Gegenpositionen und eine Definition und Begründung der Ziele, Kernaussagen, Medien und Zielgruppen vorlegen (...)“* (DER SPIEGEL 2003: 19). Der Hintergrund dieser Überlegungen führt zu der Darstellung in dem Vermittlungsdreieck zwischen Steuerung, Kommunikation und Macht (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2 - Das Vermittlungsdreieck der Politik



Quelle: in Anlehnung an KORTE und FRÖHLICH (2009: 173).

Es ist zu konstatieren, dass *„die Grundkategorien der Politikwissenschaft und der Medien- und Kommunikationswissenschaft voneinander abhängig, miteinander verknüpft und verwoben [sind]“* (VON ALEMANN 2001: 222). Während allerdings die gegenseitige Abhängigkeit von politischen Prozessen innerhalb legitimer Institutionen diskutiert

wird, stellt sich zugleich auch die Frage nach dem Einfluss von Öffentlichkeit (z.B. innerhalb medialer Berichterstattung oder Lobbying) (LIES 2012: 98 f.). Die politische Kommunikation geht beispielsweise der Frage nach, wer die Betreiber von Kommunikation innerhalb der politischen Landschaft sind (Bürger, Parlament, Parteien, Regierung) oder welche Kommunikationskanäle (Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Marketing, Propaganda, Lobbying) es gibt (JARREN & DONGES 2011; KAMPS 2007; LIES 2012; SCHULZ 2011).

Der Beziehungsbegriff führt – mit Blick auf die Tatsache, dass Macht immer im relationalen Kontext zu verstehen ist (vgl. Kapitel 2.1.1) – zu einem besseren Verständnis über das Verhältnis zwischen Politik und Medien. Während die politikwissenschaftliche Literatur eine breit angelegte Diskussion aufweist, fallen vorwiegend auch formelle und informelle Kommunikationsprozesse auf<sup>12</sup> (LESMEISTER 2008: 38 ff.; SCHULZ 2011: 48 ff.). Unterschiedliche Forschungsprojekte deuten darauf hin, dass die Massenmedien der Politik nicht nur als wichtige Informationsgrundlage und Entscheidungsgrundlage dienen. Vielmehr gibt es gar einen ausgeprägten informellen Einfluss von Medienangehörigen auf politische Entscheidungsträger, da viele Journalisten in das politische Machtgefüge eingebunden und Freundschaften zwischen Politikern und Journalisten nicht ungewöhnlich sind (SCHULZ 2011: 28 f.). *„(...) So bilden sich in der Praxis informelle Kommunikationsstrukturen, die aus Geschäftsordnungen oder Organigrammen nicht ersichtlich sind. Das gilt für ‚Seilschaften‘ in Parteien oder Rundfunkanstalten, für ‚Betriebskampfgruppen‘ von Parteifreunden in Ministerien oder Nachrichtendiensten, für eine ‚heimliche Führung‘ (‚inner circle‘) in Kabinetten, für ‚Freundeskreise in Rundfunkräten‘ und für so manchen ‚kurzen Dienstweg‘ zwischen Politik und Verwaltung einerseits und den Medien andererseits“* (WEWER 1994: 328). Unterschiedliche systemtheoretische Ansätze skizzieren die Verknüpfung zwischen Politik und Medien insofern, als dass sie von einem Zweck-Mittel-Verhältnis und damit einhergehend einem Verhältnis der Über- und Unterordnung ausgehen<sup>13</sup>. Besonders hervorzuheben sind an dieser Stelle zwei Erklärungsansätze, die von unterschiedlichen Voraussetzungen und Beobachtungen geprägt sind und daher auch zu unterschiedlichen Ergebnissen führen (SCHULZ 2011: 48).

---

<sup>12</sup> Die juristische Perspektive versteht die formelle politische Kommunikation als das, was rechtlich geregelt oder im Allgemeinen verbindlich festgeschrieben ist. Im Gegensatz dazu umfasst die informelle politische Kommunikation jene Kommunikation, die außerhalb förmlicher Vorschriften, im rechtlich nicht geregelten Raum erfolgt (WEWER 1994: 324).

<sup>13</sup> Eine hinreichende Ausarbeitung der unterschiedlichen systemtheoretischen Ansätze, die das Verhältnis zwischen Medien und Politik interpretieren, bieten zum Beispiel JARREN und DONGES (2011: 229 ff.).

### Dominanz-Dependenz-These (Mediendependenz der Politik)

Vertreter der ‚Dominanz-Dependenz‘ folgen der These, dass die Politik sich durch die Medialisierung in einem Abhängigkeitsverhältnis zu den (Massen-)Medien befindet. In direkter Konsequenz haben sich politische Akteure und Institutionen an die Eigengesetzlichkeiten von Journalismus und Medien anzupassen (JARREN & DONGES 2011: 231; SCHULZ 2011: 48). Der politischen Kommunikation kommt innerhalb dieses Ansatzes die Aufgabe zu, Unterstützung zu leisten und Ansprüche zu vermitteln. Daneben dient sie der Politikdarstellung und der politischen Steuerung. In diesem Kontext und hinsichtlich unterschiedlicher Institutionen und Akteure werden Medien vorwiegend als Institutionen der Politikvermittlung gesehen. Auch die metaphorischen Charakterisierungen der Medien als ‚Informationskanäle‘, als ‚Forum‘ des politischen Diskurses oder als ‚Spiegel‘ der öffentlichen Meinung sind denkbar (SCHULZ 2011: 48).

Der Grad des Abhängigkeitsverhältnisses zwischen Medien und Politik sowie daraus resultierende Anpassungsformen werden unter den Autoren politischer Fachliteratur erheblich diskutiert. So gelangen einige Autoren zu der Einschätzung, dass die Medien die Politik – sinnbildlich gesprochen – ‚besiegt‘ haben (z.B. DÖRNER 2001; MÜLLER 1999) und es in der Folge zu einer „*Mediokratie*“ im Sinne einer „*Kolonialisierung der Politik durch die Medien*“ gekommen ist (MEYER 2001). Andere Autoren sehen die Entwicklung und das Verhältnis zwischen Politik und Medien innerhalb der Medienabhängigkeit wesentlich drastischer, so dass Medien als emanzipierte politische Institution und politischer Akteur mit eigenen politischen Interessen verstanden werden (COOK 2005; PATTERSON & DONSBACH 1996). Unabhängig der Intensität der Abhängigkeit liegt die in Anlehnung an SCHULZ (2011: 49) erfolgte Vermutung nahe, dass es zu einer ansteigenden Grenzverschiebung und Machtverlagerung zugunsten der Medien und zum Nachteil des Systems politischer Herrschaft gekommen ist.

Es ist in einschränkender Weise zu konstatieren, dass in der Diskussion um die Dominanz-Dependenz oftmals stark normativ aufgeladene theoretische Ansätze verfolgt werden, die darüber hinaus auf höchst heterogenem empirischem Material (gemeint sind unterschiedliche politische Situationen, zum Beispiel unmittelbar vor oder nach Wahlkämpfen) basieren. So liegt im Rahmen der Dominanz-Dependenz-Diskussion kein geschlossener theoretischer Erklärungsansatz vor (JARREN & DONGES 2011: 231).

### Determination der Medien

Vertreter der gegensätzlichen ‚Determinationsthese‘ beklagen hingegen eine zu große Abhängigkeit der Medien von politischen Akteuren und Institutionen (SCHULZ

2011: 49). So kritisierte SCHATZ (1982) schon vor mehreren Dekaden einen zunehmenden Autonomieverlust der Medien, welcher sich mit unterschiedlichen Instrumentalisierungsstrategien des politisch-administrativen Systems (z.B. Regierung, Parlament, Parteien, Verwaltung) begründen lässt. In diesem Zusammenhang sind Institutionen der (politischen) Öffentlichkeitsarbeit als professionelle Anwender des Mediensystems und feste Organisationseinheit in politischen Systemen an der Grenze zum Journalismus gegenwärtig mehr oder weniger obligatorisch (KAMPS 2007: 121). Sie geben demnach im hohen Maße die Themen der Medienberichterstattung vor und vermögen sie auch in zeitlicher Hinsicht zu steuern (JARREN & DONGES 2011: 229 f.), was unterschiedliche Forschungsergebnisse auch bestätigen (BAERNS 1985/91; GROSSENBACHER 1986; ROSSMANN 1993; WEISCHENBERG et al. 2006). Andere Autoren hingegen relativieren diese Bewertung dahingehend, dass sie von einem Kausalzusammenhang zwischen der Eigenleistung im Journalismus und der Brisanz unterschiedlicher Themen ausgehen: Je strittiger die Themen im Rahmen zugespitzter Situationen (z.B. Krisen) sind, desto kritischer werden sie vom Journalismus behandelt und gewichtet (BARTH & DONSBACH 1992).

JARREN und DONGES (2011: 230) weisen darauf hin, dass die Determinationsthese vornehmlich auf empirischen Ergebnissen im Rahmen unterschiedlicher Fallstudien basiert und weniger in sich geschlossenen, theoretischen Überlegungen entspringt. Darüber hinaus machen sie auf die Tatsache aufmerksam, dass die Berichterstattung über politische Akteure, Institutionen und Prozesse durchaus zu den wesentlichen Funktionen des Journalismus gehört und politische Themen, welche oftmals auf externe Informationsquellen (z.B. Pressemitteilungen) zurückzuführen sind, relevante Anlässe zur Politikberichterstattung darstellen.

Die Verknüpfung zwischen Politik, Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus ist nicht obligatorisch von Interessensgegensätzen geprägt. Vielmehr sind diese wechselseitigen Beziehungen „(...) *vergleichbar mit zwei Branchen, die auf Zulieferung der jeweils anderen angewiesen sind*“, was einem „(...) *Tauschverhältnis mit wechselseitiger Abhängigkeit*“ gleichkommt (SARCINELLI 1991: 477). Einer zentralen Bedeutung – und zugleich Voraussetzung für die Positionierung und strategische Ausrichtung der Akteure – kommt dabei der Interaktion zu, so dass eine Produktionsgemeinschaft aus Politikern, Journalisten und Öffentlichkeitsarbeitern entsteht (JARREN & DONGES 2011: 234 f.). Allerdings ist „(...) *Kommunikative Macht als Kommunikation über Politik auch zugleich Politische Macht*“ (KORTE & FRÖHLICH 2009: 15).



### 2.1.5 Macht aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive

In der wirtschaftswissenschaftlichen Lehre besteht weitestgehend Uneinigkeit über das Verständnis von Macht in der Ökonomie (CHURCH 2008; ERLEI 2008; HAUNSCHILD et al. 2009; KRAMER 2012; MINTZBERG et al. 1999; SCHMIDTCHEN 2008; WEISE 2008). Seit Ende des 19. Jahrhunderts hat es innerhalb des ökonomischen Literaturkorpus erhebliche Diskussionen gegeben, die einige kritische Autoren aus Klassik und Institutionenökonomik hervorbrachten (OLTMANN 2012: 65 ff.)<sup>14</sup>.

Die klassische Ökonomie, welche bi- und multilaterale Tauschbeziehungen analysiert, versteht Macht zunächst als einen absoluten, ausstattungsorientierten Begriff. So existiert die Beziehungsebene am Markt lediglich als Tauschbeziehung<sup>15</sup>. Der Beziehungsbegriff im Kontext von Macht, als Teil und Einflussgröße sozialer Prozesse, wird gänzlich ausgeblendet. Macht ist hier also ausschließlich als Ressource vorhanden (und wird aufgrund von Ressourcenkontrolle und –besitz einem Akteur fest zugeschrieben) oder hinsichtlich unterschiedlicher Marktanteile (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 219; LIES 2012: 90; WEISE 2008: 50).

Die Perspektive der Institutionenökonomik schließt kausal direkt an die Diskussion der klassischen Ökonomie an, indem innerhalb der Tauschbeziehungen zusätzlich hierarchische Beziehungen und Vertragsbeziehungen betrachtet werden. Dabei ist der Beziehungsbegriff als gegenseitige Beeinflussung (Abhängigkeitsverhältnis) unter Berücksichtigung eines asymmetrischen Informationsflusses zu verstehen, wodurch eine Annäherung in Richtung des relationalen Machtbegriffs erfolgt. Der Machtbegriff ist demnach als Einflussgröße gegenwärtig. Anders gesagt hat Person A Macht über B, wenn A auf Person B derart Einfluss nehmen kann, dass B trotz unzähliger Handlungsmöglichkeiten diejenige auswählt, die B ohne Einflussnahme von Person A nicht gewählt hätte (DAHL 1957: 202 f.; GÖBEL 2002: 8 f.; LIES 2012: 91; RICHTER & FURUBOTN 2003: 199; WEISE 2008: 42 in Anlehnung an STÜTZEL 1972: 187 ff.).

---

<sup>14</sup> Tiefgründigere Ausführungen über das Vorhandensein des Terminus Macht und dessen Entwicklung im wirtschaftswissenschaftlichen Diskurs finden sich zum Beispiel bei ERLEI (2008: 242 ff.), LEIPOLD (2006: 23 ff.), KRAMER (2012), NEUBAUER und ROSEMAN (2006), RICHTER (2014), ROTSCCHILD (2008: 27 ff.) oder SANDNER (1992).

<sup>15</sup> Die klassische Ökonomie postuliert, dass in realer oder virtueller Weise der Markt eine Plattform für Tauschhandlungen zweckrational agierender und informierter Marktteilnehmer darstellt. Dabei findet der sogenannte Marktmechanismus, also das Wechselspiel zwischen Angebot und Nachfrage, den Preis, der den Nutzen der einzelnen Handelnden widerspiegelt und gleichzeitig den bestmöglichen Gesamtnutzen realisiert. Das Vorhandensein von Macht und dessen Missbrauch durch die Marktteilnehmer würden das Marktgleichgewicht gefährden. So würde das reguläre Tauschergebnis beeinflusst, einige Beteiligte auf Kosten anderer bessergestellt und der Gesamtnutzen reduziert werden (OLTMANN 2012: 55). Da zudem jeder Akteur innerhalb des Tauschgleichgewichts über eine große Anzahl gleichwertiger Tauschpartner verfügt, also auf keinen spezifischen Vertragspartner angewiesen ist, sind Macht und Abhängigkeit nicht existent (WEISE 2008: 46).

Aus der bisherigen Ausarbeitung in diesem Teilkapitel wird deutlich, dass zwischen den unterschiedlichen ökonomischen Autoren eine äußerst heterogene Interpretation über das Vorhandensein von Macht vorherrscht. So konstatiert DUDA (1987: 34) eine „*Machtlosigkeit der Wirtschaftstheorie*“, während ROTSCCHILD (2008: 15 ff.) das Machtphänomen im wirtschaftswissenschaftlichen Zusammenhang als unterrepräsentiert ansieht. Unabhängig der Interpretationsrichtung ergibt sich vielmehr der Eindruck, dass der Machtbegriff innerhalb in sich geschlossener und (weitestgehend) vollkommener ökonomischer Modelle quasi omnipräsent ist und als zusätzliche Information im Rahmen unterschiedlicher Interaktionen zwischen wirtschaftlichen Akteuren abgeleitet werden kann.

Nichtsdestotrotz beschäftigt sich die wirtschaftswissenschaftliche Forschung seit längerer Zeit mit den Phänomenen von Macht und Machtmissbrauch innerhalb von Wertschöpfungsketten sowie Produktionsnetzwerken, zumeist aus wettbewerbstheoretischer Sicht (SPILLER et al. 2005: 152). Dabei wird vornehmlich zwischen ‚Marktmacht‘ oder ‚(relativer) Verhandlungsmacht‘ differenziert (KREGGENFELD 2009; SCHMIDTCHEN 2008: 51).

Als ‚Marktmacht‘ bezeichnet man in sehr allgemeiner Form die Möglichkeit eines oder mehrerer Unternehmen, die sich einstellenden Marktergebnisse zu ihren Gunsten zu beeinflussen (HERDZINA 1999). So nimmt mindestens ein Marktakteur eine beherrschende Stellung ein, was aus geringer oder fehlender Konkurrenz, einem geringen Wettbewerbsniveau oder einer überragenden Marktstellung gegenüber anderen resultieren und zu einer Marktbeeinflussung und Ausnutzung der wirtschaftlichen Macht (z.B. überhöhte Preise, schlechte Konditionen, Ausbeutung von Lieferanten oder Abnehmern) führen kann. Marktmacht tritt gleichermaßen auf dem Beschaffungsmarkt (Nachfragemacht) wie auf dem Absatzmarkt (Angebotsmacht) auf (SCHWALBE & ZIMMER 2011: 53 ff.; STOLLOWSKY 2009: 9 f.). Vor dem Hintergrund staatlicher Interventionsmaßnahmen und kartellrechtlicher Auseinandersetzungen zur Erhaltung des marktwirtschaftlichen Wettbewerbs – zum Beispiel im Kontext von Nachfragemacht des Lebensmitteleinzelhandels – finden sich zahlreiche Forschungsansätze und empirische Studien (BKARTA 2014; DRESCHER 1999; OLBRICH 2001; POTUCEK 1987; SCHMIDT 1997; STOLLOWSKY 2009). Die Autoren kommen häufig zu heterogenen, gegensätzlichen Aussagen, was auf die Komplexität der wettbewerbsökonomischen Analyse der Marktmacht verweist. Diese ist deshalb vergleichsweise komplex, da sie die wettbewerblichen Interaktionsbeziehungen innerhalb mehrstufiger Wertschöpfungsketten und multiskalarer Produktionsnetzwerke abbildet und die Berücksichtigung der Wechselwirkungen zwischen den Marktstufen (Vor- und Rückkopplungspro-

zesse) obligatorisch ist (BKARTA 2014: 16; SPILLER et al. 2005: 152). Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass Marktmacht – hier zur Vereinfachung aus Sicht des Nachfragers (Nachfragemacht) – grundsätzlich aus zwei unterschiedlichen Blickwinkeln zu interpretieren ist: Einerseits ist Nachfragemacht wettbewerblich positiv zu beurteilen, da sie die negativen Folgen starker Angebotsmacht limitiert (*countervailing buyer power*). Auf der anderen Seite ist das Vorhandensein einer ausgeprägten Nachfragemacht hinsichtlich ihrer Auswirkungen im Wettbewerb als marktschädigend zu beurteilen (DOBSON & WATERSON 1997: 418 ff.).

Ältere wirtschaftswissenschaftliche Theorien folgen vornehmlich der Annahme einer vollständigen Konkurrenz (als bilaterales Polypol) auf Märkten, so dass monopolistische Konstellationen lediglich in Ausnahmesituationen und der Vollständigkeit halber betrachtet werden (KRAMER 2012: 80)<sup>16</sup>. Während eine Entwicklung hin zu vollkommenen monopolistischen Strukturen im seltensten Fall zu beobachten war, ist in der jüngeren Vergangenheit eine oligopolistische Tendenz Richtung großer, marktbeeinflussender Unternehmen in den wesentlichen Branchen erkennbar (OLTEN 1998: 141 ff.). Letztlich ist dieser Konzentrationsprozess auch in den Branchen des Agribusiness deutlich spürbar (BÄURLE & TAMÁSY 2012: 5; KLOHN & VOTH 2009; NOLTE 2006: 5ff.). Nicht selten sind innerhalb oligopolistischer Strukturen das Vorhandensein von Marktmacht und damit einhergehend missbräuchliche Verhaltensweisen, wie etwa Preisfixierungen, zu beobachten. Allerdings stellt die Preistheorie kein alleiniges Maß für Marktmacht dar. Vielmehr können auch Größenunterschiede zwischen Anbietern und Nachfragern zu der Möglichkeit führen, aus einer Transaktion größeren Nutzen zu ziehen (APPELBAUM 1982: 287 ff.; COLEMAN 1979: 44 f.). Eine geringe Zahl von Marktteilnehmern – wie in Oligopolen üblich – ist kein zuverlässiger Maßstab für Konkurrenz und Marktmacht, jedoch können vor diesem Hintergrund folgende Annahmen konstatiert werden (KRAMER 2012: 87): Je geringer die Anzahl von Akteuren einer Marktseite und je stärker der Größenunterschied zwischen ihnen und ihren Konkurrenten,

- desto wahrscheinlicher und größer ist die Marktmacht.
- desto größer ist die Neigung zu monopolistischem Verhalten (Marktführerschaft).

---

<sup>16</sup> In diesem Zusammenhang haben sich unterschiedliche Modelle entwickelt, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit (aufgrund der unvollständigen Betrachtung der Austauschbeziehungen) lediglich kurze Nennung finden. Namentlich sind hier zum Beispiel das Monopson- beziehungsweise Oligopsonmodell zu nennen (BLAIR & DURRANCE 2008: 393 ff.; CARLTON & PERLOFF 2005: 107 ff.; SCHWALBE & ZIMMER 2011: 54 ff.).

- desto stärker sind Konzentrationsbestrebungen auf dem Markt (Übernahme von kleineren Wettbewerbern, Fusionen kleinerer Wettbewerber als Instrument der Gegenmachtbildung).

INDERST und WEY (2007: 7 ff.) kritisieren die vorangestellten Ansätze dahingehend, als dass sie durchgängig von anonymen Markttransaktionen ausgehen, während – unter Berücksichtigung einzelner Ausnahmen – die meisten Tauschbeziehungen durch komplexe bilaterale Verhandlungsprozesse zwischen informierten Marktakteuren mit unterschiedlichsten Beschaffungsvolumina (in Verbindung mit Preisdiskriminierung aufgrund etwaiger unterschiedlicher Preise und Bezugskonditionen) gekennzeichnet sind. Neuere theoretische Ansätze verweisen daher auf die Erkenntnisse der Verhandlungstheorie, um sich dem Phänomen der Macht anzunähern. In diesem Zusammenhang wird (Markt-)Macht als (relative) Verhandlungsmacht (*bargaining power*) interpretiert.

„Verhandlungsmacht“ wird als die Möglichkeit verstanden, innerhalb unterschiedlicher Verhandlungssituationen einseitige Vorteile zu erlangen. Sie äußert sich vornehmlich durch ein umfangreiches Beziehungsgeflecht, ein gewisses Maß an Autorität, fehlende Kontrollunterworfenheit, Besitz von Informationen, Verhandlungsgeschick und hohem Drohpotenzial (PFEIFFER 2004: 158 ff.).

Im Vergleich zur klassischen Ökonomie erhält der Nachfrager im Kontext der relativen Verhandlungsmacht keine verbesserten Preise und Konditionen durch Verringerung der nachgefragten Menge. Hingegen kann bereits die (glaubwürdige) Drohung einer solchen Reduktion die gewünschten Preis- und Konditionsanpassungen bewirken. Somit stehen nicht mehr die Effekte der Marktmacht (z.B. Nachfrageniveau mit Blick auf die angebotene Menge) im Mittelpunkt der Betrachtung, sondern welche Konsequenzen – im Sinne der Verteilung – ein Scheitern der Verhandlungen für die Verhandlungspartner hätte<sup>17</sup>. Innerhalb der verhandlungstheoretischen Lehre werden diese endogenen Determinanten als „Abbruchoptionen“ (*outside options*) oder „Drohpunkte“ in Verhandlungen beschrieben. Während jedem Verhandlungspartner auf der anderen Seite unterschiedliche „Ausweichmöglichkeiten“ zur Verfügung stehen (sollten), geben eben diese Auskunft über die vermeintlich bessere Position im Sinne der relativen Verhandlungsmacht. Denn die Verhandlungsseite, die im Falle eines Scheiterns der Verhandlungen weniger schwerwiegenden, wirtschaftlichen Konsequenzen ausgesetzt ist, verfügt in der Regel über effektivere Drohpunkte und kann Verhand-

---

<sup>17</sup> Die wirtschaftswissenschaftliche Lehre betrachtet hier den durch die Verhandlungspartner maximal zu erzielenden möglichen Gewinn bei einer Nichteinigung im Zuge der Verhandlungen (INDERST & WEY 2007: 7 ff.).

lungen erheblich beeinflussen (BKARTA 2014: 20 ff.; INDERST & WEY 2007: 7 ff.; KREGGENFELD 2009). Darüber hinaus werden in der Forschung exogene, sogenannte ‚personalisierte Verhandlungsfähigkeiten‘, diskutiert. Diese sind in ‚direkte‘, ‚indirekte‘ und ‚geheime‘ Werkzeuge unterteilt: Zu den direkten Werkzeugen gehören angekündigte oder durchgeführte Sanktionen (aber auch Gratifikationen) durch Einsatz oder Entzug von Geld, Werten, Rechten oder Freiheiten mittels verbaler Äußerungen. Unter indirekten Werkzeugen wird das Verwenden von Manipulations- und Beeinflussungstechniken subsumiert. Auch das Einbeziehen Dritter, beispielsweise durch die Bildung von Allianzen, wird dieser Kategorie zugeordnet. Schließlich ist bei den geheimen Werkzeugen der Einsatz von nicht sichtbaren, verborgenen Mitteln (z.B. schikanieren, mauscheln, klüngeln, bestechen etc.) zu verstehen. Diese exogenen Determinanten vereint, dass sie in Verbindung mit allen Mitteln der (unlauteren) Informationsbeschaffung dazu benutzt werden, die eigene Macht (und auch die Kontrolle über andere) zu erweitern (LEWICKI et al. 2004: 158; WISWEDE 2012: 320 ff.).

Im Kontext der relativen Verhandlungsmacht wurden bisher lediglich die Möglichkeiten des Einflusses auf Verhandlungsentwicklungen aufgezeigt. Allerdings lassen die verhandlungstheoretischen Ansätze auch marktbezogene Schlussfolgerungen zu, so dass jede bilaterale Verhandlung auch alle anderen Anbieter und Nachfrager im betroffenen Markt beeinflusst. Demnach verschlechtert sich – beispielsweise als Folge einer gescheiterten Verhandlung – die Verhandlungsposition eines Herstellers gegenüber eines anderen Abnehmers, weil die tatsächlich verbleibenden Ausweichalternativen (durch die davor gescheiterte Verhandlung) reduziert und dadurch wertvoller sind. Die Verhandlungsposition der noch verbleibenden Verhandlungspartner wird also verbessert, da die gegenüberliegende Seite einem zunehmenden Druck ausgesetzt ist, zu einem erfolgreichen Vertragsabschluss zu gelangen. Dieser Kontext kann durch die Folgen einer Unternehmensfusion zwischen zwei Marktakteuren zudem verdeutlicht werden: Während im Rahmen einer Fusion zunächst die Verhandlungsposition der Zusammenschlussbeteiligten durch eine Erhöhung der Marktanteile verbessert ist, wird die bilaterale Verhandlungsposition dieser und aller weiteren verbleibenden Abnehmer durch das Schwinden der Ausweichalternativen für die Lieferanten verstärkt (BKARTA 2014: 21 f.; INDERST & WEY 2007: 7 ff.).

Zusammenfassend ist zu konstatieren, dass sowohl Marktmacht als auch die relative Verhandlungsmacht von einer Vielzahl unterschiedlicher Einflussfaktoren abhängig ist. So ist aufgrund theoretischer Erwägungen nicht zuletzt die absolute Größe eines Marktakteurs (gemessen am Beschaffungsvolumen), sondern auch die relative Größe der Verhandlungspartner (gemessen an Liefer- und Absatzanteilen) von großer Bedeutung. Neben diesen Marktstrukturkomponenten gibt es weitere Indizien, die das

Vorhandensein von Macht im wirtschaftswissenschaftlichen Kontext belegen (können). Namentlich sind dies der ‚Konzentrationsgrad‘, ‚Grad der Produktheterogenität‘, ‚Umfang und Art der Unternehmensverflechtung‘, ‚Menge und Kosten der Information über Produktpreise und –qualität‘ sowie ‚Marktein- und Marktaustrittsbedingungen‘. Angemerkt sei an dieser Stelle, dass eine Analyse der Marktstrukturkomponenten lediglich Hinweise auf das Vorhandensein von Macht im wettbewerbstheoretischen Kontext liefert (BKARTA 2014: 23; OLBRICH 1998: 101; SCHMIDTCHEN 2008: 57).

## 2.2 Synthese und Erkenntnisse für die geographische Netzwerkforschung

Die vorangegangenen Teilkapitel machen deutlich, dass im Kontext des Machtphänomens ein „*theoretisches Chaos*“ (HAN 2005: 7) vorherrscht, welches es bislang verhindert hat, eine trennscharfe Definition des Terminus ‚Macht‘ zu etablieren. Der Machtbegriff weist eine Fülle von Dimensionen auf und ist zugleich zentrales Thema für die Analyse von gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zusammenhängen (HAUNSCHILD et al. 2009: 320). Aus diesem Grund war es das Ziel dieses Kapitels, den Machtbegriff in multiperspektivischer Weise, also unter Berücksichtigung verschiedener wissenschaftlicher Zugänge, darzulegen, um ein umfassendes Verständnis der unterschiedlichen Ausprägungen von Macht zu erlangen.

In der soziologischen Diskussion, welche – nicht nur in der vorliegenden Arbeit – den zentralen Ausgangspunkt für die Überlegungen im Kontext von Macht bildet, geht es zunächst um die allgemeine Bedeutung von Macht (und Herrschaft) in Anlehnung an WEBER (1972 [1921-22]). Demnach erscheint Macht in allen denkbaren Situationen des Lebens, kommt in unterschiedlicher Ausprägung vor und weist von der Mikro- bis zur Makroebene verschiedenste Sinngehalte auf (z.B. Einzelpersonen, Gruppen, Organisationen, Gesamtgesellschaften). Macht ist also allgegenwärtig und zeigt sich, sobald Menschen in eine soziale Beziehung treten. In der einschlägigen Literatur wird der Machtbegriff deshalb als ‚kausal-relationales Konzept‘ bezeichnet (BOUDON & BOURRICAUD 1992: 302; JANSEN 1999: 157; SCHWIETRING 2011: 225; vgl. SUNLEY 2008). Zudem wird Macht häufig mit anderen Termini, wie beispielsweise ‚Einfluss‘, ‚Zwang‘, ‚Führung‘, ‚Gewalt‘, ‚Steuerung‘, verglichen.

Die psychologische Teilhabe am Machtphänomen findet sich zunächst in unterschiedlichen Untersuchungen zur Machtnutzung und der Interpretation, Wahrnehmung und Empfindung verschiedener Individuen (vgl. z.B. GRAUMANN 2001; SCHOLL

2013). Dabei wird deutlich, dass einige Akteure (oder Gruppen) sich freiwillig an die Machtposition anderer binden. In diesem Kontext ist vor allem das Zusammenspiel zwischen ‚Einflussnahme‘ und ‚Machtausübung‘ von größter Bedeutung (SCHOLL 2012: 206). Das von FRENCH und RAVEN (1959) entwickelte ‚Machtbasen-Konzept‘ wird zudem beschrieben und diskutiert.

In der Kommunikationswissenschaft findet die Machtdiskussion zunächst in Bezug auf die wechselseitige Steuerung und Weitergabe von Kommunikationsinhalten zweier Kommunizierender statt (BECK 2010: 16 ff.; LIES 2012: 135). Darüber hinaus debatiert der kommunikationswissenschaftliche Literaturkorpus den Einfluss der (Massen-) Medien (kollektive Ebene) auf die Gesellschaft beziehungsweise den Einfluss von Öffentlichkeitsarbeit auf den Journalismus, die Medien und somit auf die (gesamt-) gesellschaftliche Meinungsbildung (BAERNS 1985; MALETZKE 1998: 24 f.; MERTEN 2008: 140).

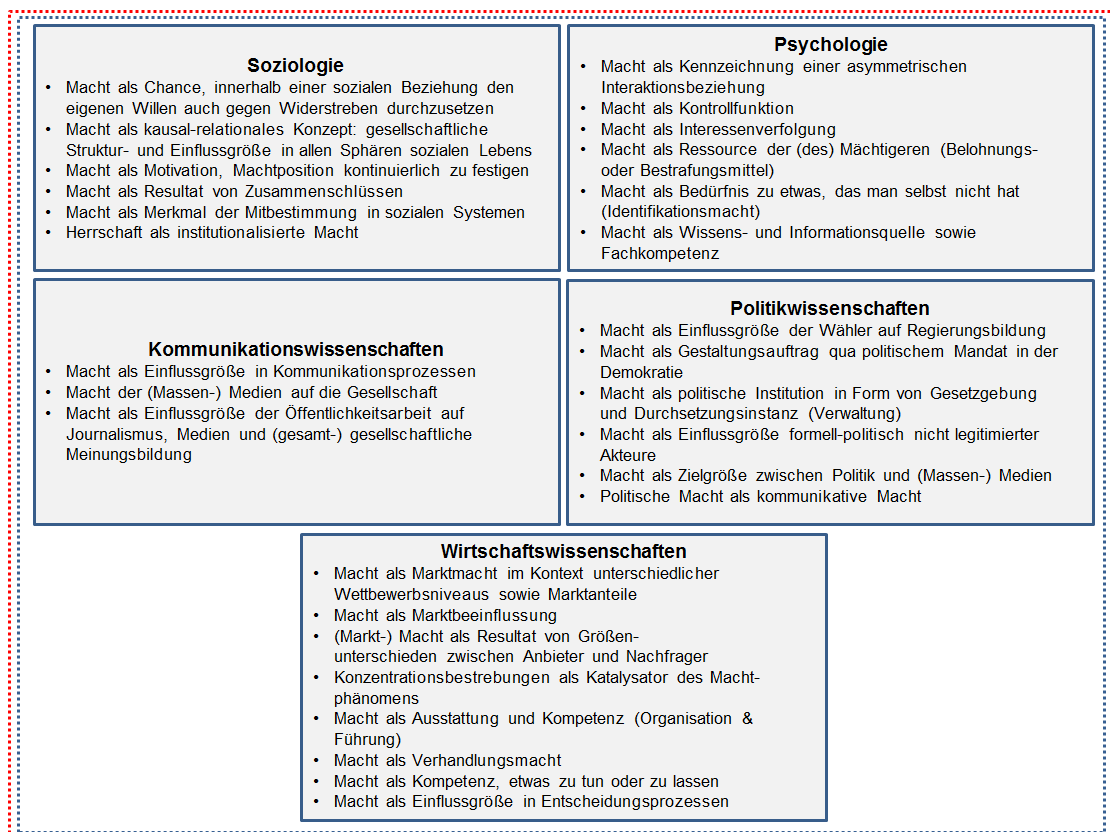
Der politikwissenschaftliche Zugang zum Terminus Macht gestaltet sich zunächst vermeintlich unproblematisch, da in kleinster Instanz jeder Wähler Einfluss auf die Regierungsbildung in kommunaler, Landes- oder Bundesebene hat. Darüber hinaus sind Politiker und deren Parteien darin bestrebt, die durch die Wahl erlangte Macht zu festigen und längerfristig an sich zu binden. OLTEANU (2012: 79) unterscheidet innerhalb von Demokratien zwischen zwei unterschiedlichen Machtformen, namentlich der ‚kommunikativen Macht‘ und der ‚administrativen Macht‘. Die politikwissenschaftliche Diskussion ragt zudem in die kommunikationswissenschaftliche hinein, in dem Sinne, dass Machtphänomene in direktem Zusammenhang mit (politischer) Steuerung und Kommunikation stehen (KORTE & FRÖHLICH 2009: 173). Auch der zunehmende Einfluss „(...) *formell-politisch nicht legitimierter Akteure in raumbezogenen Entscheidungsprozessen (...)*“ (REUBER 2012: 28 f.), zum Beispiel im Rahmen der Nutztierhaltungsdebatte in Verbindung mit Aspekten der Tiergesundheit, wird diskutiert.

Die wirtschaftswissenschaftliche Debatte zeigt auf, dass weitestgehend Uneinigkeit über das Vorhandensein des Machtbegriffes in der Ökonomie herrscht (CHURCH 2008; ERLEI 2008; KRAMER 2012; MINTZBERG et al. 1999; SCHMIDTCHEN 2008; WEISE 2008). So verweist zunächst die (neo-)klassische Ökonomie auf einen absoluten, ausstattungsorientierten Machtbegriff, der innerhalb ökonomischer Tauschbeziehungen von untergeordneter Bedeutung ist (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 219; LIES 2012: 90; WEISE 2008: 50). Die Institutionenökonomie schenkt der Machtdiskussion größere Aufmerksamkeit und interpretiert den Machtbegriff im Kontext von Beziehungen zwi-

schen Marktteilnehmern und gegenseitiger Beeinflussung (GÖBEL 2002: 8 f.; LIES 2012: 91; RICHTER & FURUBOTN 2003: 199; WEISE 2008: 42 in Anlehnung an STÜTZEL 1972: 187 ff.). In jüngerer wissenschaftlicher Forschung finden die Phänomene von Macht und Machtmissbrauch größere Beachtung (SPILLER et al. 2005: 152), wobei vornehmlich zwischen ‚Marktmacht‘ und ‚(relativer) Verhandlungsmacht‘ differenziert wird (KREGGENFELD 2009; SCHMIDTCHEN 2008: 51).

Folgende Abbildung 3 skizziert übersichtsartig, auf welche unterschiedlichen Aspekte die interdisziplinäre Ausarbeitung des Machtphänomens gestoßen ist. Es sei bereits jetzt angemerkt, dass die unterschiedlichen Machtaspekte keineswegs als fester Bestandteil dem einen oder anderen Wissenschaftsbereich zuzuordnen sind. So ist durchaus von unterschiedlichen Wechselwirkungen und Überschneidungen zwischen den einzelnen Disziplinen auszugehen.

Abbildung 3 - Machtaspekte in unterschiedlichen Wissenschaftsbereichen



Quelle: eigene Darstellung.



Mit Blick auf die unterschiedlichen Machtaspekte aus den aufgeführten Wissenschaftsbereichen besteht im Kontext dieses Kapitels kein Anspruch auf Vollständigkeit. Gemeint ist, dass durchaus weitere Machtaspekte in den unterschiedlichen Wissenschaftsbereichen existent sind. Die theoretische Diskussion zum Thema ‚Macht‘ findet bis dato nicht strukturiert statt – und dies insbesondere bei der Analyse von gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zusammenhängen. Die Diskussion leidet darunter, dass es nicht die *eine* wissenschaftliche Heimat des Machtphänomens gibt. Aus diesem Grund darf in relativierender Weise konstatiert werden, dass die fünf aufgeführten Wissenschaftsdisziplinen hinsichtlich Macht lediglich vereinfachend und subsumierend dargestellt sind. Nichtsdestotrotz unterstützt diese Vorgehensweise ein breites Verständnis zum Terminus Macht.

Das Machtphänomen, als Ausdruck und Gegenstand jedweder sozialen Beziehung und menschlichen Interaktion, bietet eine gute Verknüpfungsmöglichkeit zu weltstheoretisch geprägten Ketten- und Netzwerkansätzen aus der relationalen Wirtschaftsgeographie. Nicht nur, dass in globalen Produktionsnetzwerken sämtliche Akteure integriert werden (können), es keinen räumlichen Begrenzungen unterliegt, sondern es darüber hinaus sogar erlaubt, die Machtbeziehungen aller beteiligten Akteure (z.B. Unternehmen, Institutionen, NGOs) in seinen vertikalen, horizontalen und diagonalen Ausprägungen zu untersuchen und offenzulegen.

### 3 Macht in unterschiedlichen Produktionskonfigurationen

Im Laufe der vergangenen Jahrzehnte entwickelte sich innerhalb der wirtschaftsgeographischen Forschung ein Literaturkorpus, der sich – nicht zuletzt getrieben durch die zunehmende Vernetzung im Zeitalter der Globalisierung – verstärkt mit Ketten- oder Netzwerkansätzen beschäftigt. Diesen Ansätzen liegen unterschiedliche Dimensionen zugrunde: Zunächst beschreiben sie, welche Stationen unterschiedliche Produkte oder Dienstleistungen, über die Beschaffung der Rohstoffe, den Vertrieb und weiter bis hin zum Endkonsum oder zur Entsorgung, durchlaufen. Dieser statische, auf einfachen Input-Output-Beziehungen basierende Ansatz der Produktionskette liefert keine Erklärungen insbesondere für strategische Entscheidungen (z.B. *Make or Buy*) und erweist sich unter den Bedingungen einer komplexen, globalen Ökonomie mit zunehmender Arbeitsteilung und Spezialisierung als unzureichend. Aus diesem Grund versucht eine weitere Dimension zu analysieren, von welchen Akteuren die globale Produktion organisiert und gesteuert wird und wie wertschöpfende Aktivitäten verteilt sind. Dieser Dimension unterliegt die Vorstellung eines Netzwerks mit gesellschaftlichen Entscheidungen, Macht- und Verhandlungsprozessen sowie institutionellen Ordnungsmustern (FISCHER et al. 2010: 12; MEIL & SCHÖNAUER 2012; SCHAMP 2000: 26 f.). Nachdem im vorangegangenen Kapitel die unterschiedlichen Ausprägungen des Terminus Macht mit Blick auf verschiedene (basis-)wissenschaftliche Disziplinen beschrieben wurden, widmet sich das folgende Kapitel der Ausarbeitung des Machtbegriffs im Kontext der Wirtschaftsgeographien.

#### 3.1 Produktionsorganisation im Wandel

Den Ausgangspunkt für die zunehmende Vernetzung unterschiedlicher Produktionssysteme bildet ein tiefgreifender Wandel, der in den 1970er- und frühen 1980er-Jahren seinen Höhepunkt erreichte. Dieser Wandel ist von erheblichen Veränderungen in der Produktions- und Arbeitsorganisation gekennzeichnet und führte zu einem Paradigmenwechsel im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen System (PALME & MUSIL 2012: 280). In der Literatur lassen sich verschiedene Bezeichnungen für diese Neuordnung finden. So beschreiben unterschiedliche Autoren eine ‚vertikale Desintegration‘ (STORPER 1997), die ‚Schwerpunktverschiebung von der Massenproduktion zur flexiblen Produktion‘ (PIORE & SABEL 1985), eine ‚zweite Entkopplung‘ (BALDWIN 2006) oder einen ‚Übergang vom Fordismus zum Post-Fordismus‘ (COOKE

1998). Letztere entspringt regulationstheoretischen Überlegungen und stellt einen der prominentesten Ansätze zur Begründung dieser Entwicklungszusammenhänge dar<sup>18</sup> (BATHELT 1994: 75 ff.; BATHELT & GLÜCKLER 2012: 406 ff.; JESSOP 1992: 46 ff.; SAYER & WALKER 1993: 191 ff.; SCHAMP 2000: 11).

#### Fordismus und Fordismuskrise

„Fordistische Produktionsstrukturen“ entwickelten sich seit Ende des Zweiten Weltkriegs vornehmlich in nordamerikanischen und westeuropäischen Industrieländern, woraus über mehrere Dekaden hinweg ein erhebliches Wirtschaftswachstum resultierte. Maßgebliche Kennzeichen sind Großserien- und Massenfertigung standardisierter, homogener Güter. Dabei zielt die Produktionsorganisation darauf ab, durch Produktivitätssteigerungen und intern steigende Skalenerträge die Produktionskosten zu senken (*economies of scale*). Auf räumlich-struktureller Ebene weist der Fordismus eine Konzentration der Massenfertigung in wenigen, vertikal integrierten Großunternehmen auf. Darüber hinaus sind die Kernregionen der Industrieländer deutlichen Agglomerationstendenzen ausgesetzt (HAAS & NEUMAIR 2007: 86).

Wie eingangs erwähnt, stellte sich in den 1970er- und frühen 1980er-Jahren ein Umbruch gewichtigen Ausmaßes ein, der in der Literatur als „Fordismuskrise“ bezeichnet wird und weite Teile von Wirtschaft und Gesellschaft erfasste. Vor diesem Hintergrund wurden die fordistischen Produktionsprozesse zunehmend in Frage gestellt, da sich technische und ökonomische, aber auch ökologische und soziale Grenzen offenbarten. So führten beispielsweise Starrheiten in der Produktion zu stagnierenden Produktivitätszuwächsen und minderer Produktqualität, während die Unternehmen aufgrund von Diversifikation, Größe sowie Komplexität kaum noch zu überschauen und effizient zu steuern waren. Zeitgleich verstärkten soziale Widerstände (z.B. Streiks und Studentenrevolten), Demotivation und schlechte Arbeitsleistungen, eine weltweite Energiekrise und dramatische ökologische Folgen der Massenproduktion die Probleme (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 412 f.; GRABHER 1993a; PALME & MUSIL 2012: 280 f.).

---

<sup>18</sup> Neben der „Regulationstheorie“ finden sich weitere Ansätze, die versuchen, den Paradigmenwechsel auf der theoretischen Metaebene zu erklären. Beispielhaft sind hier die Sichtweisen der „(Neo-)Schumpeterianer“ im Kontext der „*Theorie der langen Wellen*“, Vertreter der „Neuen Institutionenökonomie“, die die Bedeutung von Regeln und Normen für den gesellschaftlichen und ökonomischen Wandel unterstreichen oder „evolutions-ökonomische Ansätze“, die eintretende Veränderungen anhand sogenannter „Entwicklungspfade“ zu erklären versuchen (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 401 ff.; HAAS & NEUMAIR 2007: 76 ff.; SCHAMP 2000: 15 ff.).

Post-Fordismus

Regulationstheoretische Reflexionen erklären die Überwindung der Fordismuskrise mit der Entstehung und Ausbreitung veränderter Strukturen und Prozesse. Die bedeutendsten Merkmale dieser neuen Entwicklungszusammenhänge, die als ‚Post-Fordismus‘ subsumiert werden, lassen sich durch die Schlagworte ‚Flexibilisierung‘, ‚Deregulierung‘, ‚Differenzierung‘ und ‚Individualisierung‘ beschreiben (KULKE 2013: 118). So ist das post-fordistische Produktionsregime durch kleinere Betriebseinheiten, neue Formen der Arbeitsteilung im Kontext globaler Beschaffungsstrategien (‚global sourcing‘) und einer Verbesserung der Produktionsprozesse und Arbeitsorganisation durch die Einführung moderner Computer-, Informations- und Kommunikationstechnologien gekennzeichnet. Diese dynamische Flexibilisierung und Neuorganisation führt zu einer Reduzierung der Fertigungskosten bei gleichzeitiger Fokussierung auf die eigenen Kernkompetenzen (*core competencies*, *lean management*). Darüber hinaus generiert das Erzielen von Verbundvorteilen (*economies of scope*) eine höhere Konkurrenz- und Wettbewerbsfähigkeit und ermöglicht es, nicht zuletzt durch die Belieferung spezifischer Systemkomponenten im Rahmen zeitgenauer Liefersysteme (*just-in-time*-Fertigung), in einer hochkomplexen (und globalisierten) Ökonomie zu bestehen (BATHELT 1994: 80 ff.; CASTELLS 2001: 175 ff.; PALME & MUSIL 2012: 282 ff.). Folgende Tabelle 2 stellt eine differenzierte Übersicht zu den organisatorischen Unterschieden zwischen Fordismus und Post-Fordismus bereit.

Tabelle 2 - Organisatorische Unterschiede zwischen Fordismus und Post-Fordismus

	Fordismus	Post-Fordismus
Produktionsorganisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Massenproduktion (economies of scale) standardisierter Produkte</li> <li>• große Lagerhaltung, viele direkte Zulieferer</li> <li>• hohe vertikale Integration (Fertigungstiefe)</li> <li>• Einzwecktechnologien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexible Produktion (economies of scope) von Produktvarianten</li> <li>• geringe Lagerhaltung, just-in-time-Anlieferung, wenige Systemlieferanten</li> <li>• abnehmende Fertigungstiefe, Subcontracting</li> <li>• flexible Mehrzwecktechnologien</li> </ul>
Arbeitsorganisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• viele Hierarchiestufen, geringe Eigenverantwortung</li> <li>• Aufgliederung in kleine Arbeitsschritte mit starker Spezialisierung</li> <li>• geringe Qualifikationsanforderungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• horizontale Arbeitsorganisation, individuelle Mitverantwortung</li> <li>• Gruppenarbeit mit differenzierten Aufgaben</li> <li>• Höhere Qualifikationsanforderungen</li> </ul>
Raumorganisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• räumlich funktionale Hierarchie</li> <li>• weltweite Lieferbeziehungen und Subcontractorsysteme</li> <li>• zentralisierte Politik, nationale Regionalpolitik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Räumliche Cluster und Agglomerationen</li> <li>• Räumliche Nähe vertikal integrierter Firmen</li> <li>• Regionale Spezialisierung</li> <li>• Dezentralisierung, regionale Regionalpolitik</li> </ul>

Quelle: in Anlehnung an KULKE (2013: 117).

Im Zuge post-fordistischer Entwicklungen ist eine neue Qualität in der Produktionsorganisation und den Beziehungen von Unternehmen mit anderen Marktakteuren erkennbar. Charakteristisch ist dabei die Konstellation, dass Austauschprozesse weder rein preisgesteuerten Markttransaktionen entspringen, in denen vornehmlich kein unmittelbarer, persönlicher Kontakt zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer notwendig ist, noch sind hierarchisch formalisierte Strukturen vorzufinden, wie innerhalb eines Unternehmens üblich (BRAUN & SCHULZ 2012: 145; HÅKANSSON & JOHANSON 1993: 35 ff.). Somit ergibt sich ein (neues) Raumverständnis, welches ökonomisches Handeln und daraus hervorgegangene Ergebnisse nicht voneinander isoliert, sondern immer im Kontext der sozialen Beziehungen der Akteure betrachtet. Neben daraus resultierenden, neuen Anforderungen rückt weniger das einzelne Unternehmen als abgeschlossene Einheit in den Mittelpunkt der Betrachtung, sondern vielmehr in seinem Beziehungsgeflecht mit anderen Unternehmen (z.B. Zulieferer, Mitbewerber) sowie nicht-ökonomischen (z.B. Forschungseinrichtungen), öffentlichen (z.B. Regierung, Verwaltung) oder nicht-staatlichen Institutionen (z.B. Gewerkschaften, NGOs). Zur Bezeichnung solcher (sozialen) Interaktionen hat sich der Begriff ‚Netzwerk‘ durchgesetzt (COOMBS et al. 1996: 2; GÖTZE & LANG 2008: 3 ff.; HAAS & NEUMAIR 2007: 96; HESS 2006: 562 f.; JANSEN & WALD 2007: 188 ff.; PFÜTZER 1995: 52 f.; SCHAMP 2000: 64 f.).

### Netzwerke

In (wirtschaftsgeographischer) Forschung und Praxis haben sich Netzwerke – als quasi Hybridform zwischen Markt und Hierarchie – etabliert. Neben der obigen Implikation im Kontext eines (neuen) Raumverständnisses stellen Netzwerke ein methodisches Konstrukt dar, welches sich aus Knoten (z.B. Personen, Unternehmen, Institutionen) und Kanten (stellen die Beziehungen zwischen den einzelnen Knoten dar) zusammensetzt. Während die unterschiedlichen Netzwerkknoten entweder direkt oder indirekt mit anderen Knoten verknüpft sind, können diese Verbindungen – je nach Ausprägung – formaler (z.B. über Vertragsbindungen oder verflochtene Aufsichtsräte) und auch informaler Art (z.B. Freundschaften oder lokalen Beziehungen) sein und sich hinsichtlich Inhalt (z.B. Produkte, Dienstleistungen, Informationen), Form (z.B. Dauer der Beziehung) und Intensität (z.B. Interaktionshäufigkeit) unterscheiden (ASHEIM & COOKE 1999: 156; CASTELLS 1996: 470; SMITH 1997: 94 f.; SYDOW 1992: 74 ff.; WINDELER 1998: 18).

Gegenüber marktlichen oder hierarchischen Organisationsstrukturen erweisen sich Netzwerke als zweckmäßig und vorteilhaft, weil sie den Akteuren Wettbewerbsvorteile ermöglichen (können), die ansonsten schwer zu realisieren

wären. Namentlich sind dies ein leichter und schnellerer Marktzugang, Kostenvorteile und Risikominimierungen, Spezialisierungsvorteile, soziale Reputation und Informationszugänge (Wissen für den Innovationsprozess). Demgegenüber können Nachteile beispielsweise dann auftreten, wenn aufgrund von (zu) starker Beziehungen und Spezialisierungen in geschlossenen Netzwerken ohne Außenbeziehungen „lock-in“-Effekte (Abhängigkeitsverhältnisse) auftreten (GRABHER 1993b: 260 ff.), oder wenn das Netzwerk von deutlichen Machtasymmetrien gekennzeichnet ist, die eine gerechte Verteilung der im Verbund generierten Gewinne blockieren und dadurch schwächere Unternehmen systematisch weiter schwächen (LEHNDORFF & REHFELD 1996: 179).

Der wirtschaftsgeographische Literaturkorpus weist eine Fülle unterschiedlicher Netzwerktheorien auf, die in ihrer Ausprägung sehr stark variieren (z.B. Grabher 2009; GRABHER 2006; SYDOW 1992). Trotz dieser Vielfalt gibt es vier gemeinsame Eigenschaften von Netzwerken, die im Folgenden konkretisiert werden (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 234 f.; BLAU 1964: 6; GRABHER 1993a: 7 ff.; HÅKANSSON: 1987: 15; HÅKANSSON & JOHANSON 1993: 40, 48; HESS 2006a: 563 ff.; KULKE 2013: 134; PALME & MUSIL 2012: 78; POWELL 1990: 303; STRAMBACH 1995: 82 ff.; VATNE & TAYLOR 2000: 18):

- ‚Reziprozität‘. Netzwerkbeziehungen zeichnen sich durch freiwillige Sequenzen von Transaktionen aus, die über einen längeren Zeitraum und zum gegenseitigen Vorteil erfolgen. Reziprozität bedeutet, nicht jede Transaktion nach ihrem unmittelbaren Nutzen zu beurteilen, sondern Pflichtbewusstsein, Verlässlichkeit und Vertrauen zu erzeugen, um Netzwerkbeziehungen aufzubauen und wechselseitig davon zu profitieren. Diese Wechselseitigkeit ist oftmals nicht explizit durch Verträge geregelt, sondern implizit. Darüber hinaus sind Netzwerkpartner in der Regel an einer längerfristigen, partnerschaftlichen Zusammenarbeit und Offenheit interessiert, die zudem den Wissenstransfer fördern. Reziprozität und damit einhergehend auch Vertrauen sind wesentliche Merkmale, die Netzwerkbeziehungen von hierarchischen oder marktlichen Beziehungen unterscheiden.
- ‚Interdependenz‘. Durch Dauerhaftigkeit und Verflechtungsbeziehungen in Netzwerken entsteht Interdependenz. Während Marktsequenzen konzeptionell von relativer Unabhängigkeit („Independenz“) gekennzeichnet sind und Hierarchien durch relative Abhängigkeit („Dependenz“), prägen wechselseitige Abhängigkeitsrelationen unterschiedliche Netzwerkstrukturen und sind zugleich Resultat langfristiger Anpassungsprozesse. Interdependenzen stabilisieren die Zusammenarbeit unter den Netzwerkpartnern. So ist zu konstatieren, dass zwischen der

Dauer von Netzwerkverflechtungen und dem Grad der Interdependenz ein direkter Zusammenhang besteht. Im Zeitablauf können Reputation, Loyalität und Vertrauen entstehen, was erfahrungsabhängig geschieht, die Dauerhaftigkeit stärkt und zugleich opportunistisches Verhalten einschränkt.

- ‚Lose Verflechtungen‘. Im Gegensatz zu der festen Verknüpfung hierarchischer Systeme sind Transaktionspartner in Netzwerken lediglich aneinandergespleißt, was als ‚lose Verflechtungen‘ (*weak ties*) bezeichnet wird. Anders gesagt ist der Grad an horizontaler und vertikaler Integration gering, so dass Netzwerkbeziehungen neben der Offenheit für neue Netzwerkpartner und externe Impulse auch Flexibilitätsvorteile aufweisen. Darüber hinaus eröffnen die losen Verflechtungen den einzelnen Akteuren und Unternehmen eines Netzwerks die Möglichkeit der kollektiven Mitgestaltung von Innovations- und Lernprozessen, da auf das Wissen und die Erfahrung anderer Unternehmen zurückgegriffen werden kann. GRANOVETTER (1973: 1361 ff.) fasst die beschriebenen Vorzüge in den Beziehungen zwischen unterschiedlichen Netzwerkpartnern als „*strength of weak ties*“ zusammen. Eingefahrene Konstellationen hingegen, die sich gegenüber neuen Ideen und Einflüssen abschotten, werden als „*weakness of strong ties*“ bezeichnet.
- ‚Macht und Kontrolle‘. Wie die obigen Überlegungen im Kontext der Interdependenz zeigen, spielen Abhängigkeitsverhältnisse unter den Netzwerkakteuren eine wesentliche Rolle. So wäre es naiv, Netzwerkkonstellationen obligatorisch als Form harmonischer Zusammenarbeit zu betrachten, die lediglich auf Vertrauen und Reziprozität basiert. Vielmehr bestehen Netzwerke hinsichtlich ihrer organisatorischen Topologie aus unterschiedlichen „*circuits of power*“ (TAYLOR et al. 1995: 72), deren Machtfülle im seltensten Fall auf alle Netzwerkpartner gleich verteilt ist. So kommt es häufig zu Konstellationen, in denen mindestens ein Akteur aufgrund von Größe, Angebotsspektrum oder auch Nähe zu dem Kunden in vorteilhafterer Position ist und Entscheidungsprozesse dominieren und die Preisgestaltung beeinflussen kann. Gleichzeitig sind die einzelnen Netzwerkakteure darin bestrebt, die eigene Machtposition zu verbessern, wobei sie auf die Erfahrungen, Beziehungen und Informationen innerhalb des Netzwerks zurückgreifen und für sich (aus-)nutzen. Die Unternehmen sollten – und das ist unabhängig von verschiedenen Netzwerkkonfigurationen entscheidend – durch Machtbeziehungen in der Art miteinander verknüpft sein, dass sie innerhalb des Netzwerks auf sich verändernde Rahmenbedingungen (z.B. Markt- oder Technologieentwicklungen) reagieren und kollektive sowie konsistente Anpassungsstrategien entwickeln können. Auch wirken Machtasymmetrien nicht zwangsläufig destabilisierend auf Netzwerke, so dass sie – ganz im Gegenteil – auch eine stärkende Rolle einneh-

men können und die Voraussetzung für die Nutzung von (stabilisierenden) Interdependenzen bilden. Als Beispiel kann hier ein Zuliefernetzwerk angeführt werden, in dem ein mächtiges Unternehmen als Abnahmegarant für vermeintlich schwächere Zulieferer dient (KLEIN 2015: 30).

Die Autoren STORPER und HARRISON (1991: 412) veröffentlichten in den 1990er Jahren einen nennenswerten Artikel, in dem sie in Abhängigkeit unterschiedlicher Machtverteilung und Hierarchien innerhalb eines Netzwerks zwischen verschiedenen Formen von Kontroll- und Steuerungsstrukturen differenzieren. Folgende Tabelle 3 zeigt die Inhalte dieser Unterscheidungen auf.

Tabelle 3 - Kontroll-, Führungs- und Steuerungsstrukturen in Netzwerken

Beherrschungsstruktur (Strukturtyp)	Definition
Nur Ring, kein Kern	Es ist kein (permanentes) Führungsunternehmen (= ‚lead firm‘) vorhanden, oder die Führung wechselt projektgebunden. Hierarchie ist somit nicht existent.
Kern-Ring, ein koordinierendes Unternehmen	Das koordinierende Unternehmen hat eine Führungsfunktion inne, ist aber auf andere Akteure des Netzwerkes angewiesen und kann deren Aktivitäten nur bedingt beeinflussen. Hierarchie ist in beschränktem Umfang existent.
Kern-Ring, ein Führungsunternehmen	Das Führungsunternehmen ist unabhängig von den Akteuren seines (externen) Netzwerkes und besitzt weitreichende Einflussmöglichkeiten. Die Macht ist asymmetrisch verteilt. Hierarchie ist in hohem Maße vorhanden.
Alles Kern, kein Ring	Das vertikal integrierte Unternehmen.

Quelle: in Anlehnung an STORPER und HARRISON (1991: 412).

Während der Begriff ‚Kern‘ einen Netzwerkzustand bezeichnet, in dem ein (entsprechendes) Unternehmen erheblichen Einfluss auf andere Unternehmen ausübt, drückt die Bezeichnung ‚Ring‘ hingegen aus, dass Macht innerhalb eines Netzwerks symmetrisch verteilt ist. Zwischen diesen (extremen) Ausprägungen symmetrischer beziehungsweise asymmetrischer Machtkonstellationen existieren verschiedene Mischformen (STORPER & HARRISON 1991: 412).

Es ist zu konstatieren, dass die Machtverhältnisse innerhalb von Netzwerken immer komplexer sind als die in Märkten oder Hierarchien (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 235). Aus diesem Grund ist Macht keine Unzulänglichkeit mehr, die zu Wettbewerbsverzerrungen führt, wie in der (neo-)klassischen Ökonomie postuliert (vgl. Kapitel 2.1.5), sondern konstitutives Merkmal (HAKANSSON & JOHANSON 1993: 48; SCHAMP 2000:



68). Unternehmen, die zweifelsohne eine solche Hegemonialstellung, welche zugleich Struktur bildend ist, innehaben, werden als ‚lead firms‘, ‚hub firms‘, ‚broker firms‘ oder – wie im Deutschen – ‚fokales Unternehmen‘ bezeichnet (BRAUN & SCHULZ 2012: 147). So werden innerhalb von (Produktions-)Netzwerken diejenigen zum fokalen Unternehmen, denen es gelingt, den höchsten Grad an Macht und Kontrolle zu erlangen (HESS 2006a: 565).

#### Transaktionskostenansatz

Einen wichtigen Beitrag zur Erklärung des Erfolgs von Netzwerken und für die Beweggründe der Netzwerkbildung liefert die Transaktionskostenökonomik, die einen wesentlichen Baustein der neuen Institutionenökonomie<sup>19</sup> darstellt (BRAUN & SCHULZ 2012: 134; FRITSCH et al. 1998: 247; GENOSKO 1999: 3; HESS 2006a: 558; RICHTER & FURUBOTN 2003: 40 f.).

Der ‚Transaktionskostenansatz‘ geht ursprünglich auf eine Veröffentlichung von COASE (1937) zurück. Demnach hängt die optimale Koordination einer Transaktion von der Frage ab, ob eine zu erbringende betriebliche Leistung – aus rein kostentechnischer Perspektive – besser im eigenen Unternehmen (Hierarchie) oder durch externe Dienstleister oder Zulieferer (Markt) vorgenommen werden sollte. So werden die unternehmensinternen ‚Organisationskosten‘ mit den ‚Tauschkosten‘ einer Markttransaktion verglichen, während in den Abwägungen für oder gegen eine Externalisierung (*Make-or-Buy*-Entscheidung) nicht nur der Marktpreis für die zu vergebende Leistung, sondern auch die mit einer Transaktion einhergehenden sonstigen Kosten Berücksichtigung finden (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 225; BRAUN & SCHULZ 2012: 134; GIESE et al. 2011: 50). In der Anfangszeit galt dieses Konzept als rein hypothetisches Konstrukt und wurde als empirisch unbrauchbar abgelehnt. Die vornehmliche Kritik lag darin, dass entstehende Kosten an den Schnittstellen der Produktion nicht ausreichend zu spezifizieren sind. Erst den zahlreichen Weiterentwicklungen in den 1970er und 1980er Jahren durch WILLIAMSON (1975, 1979, 1981, 1985, 1990, 1993) verdankt der Ansatz seine große Prominenz in dem Literaturkorpus unterschiedlicher (wirt-

---

<sup>19</sup> Das Ziel der neuen Institutionenökonomie liegt vornehmlich in der Analyse unterschiedlicher Institutionen, wie z.B. Märkte, Organisationen, Normen. In diesem Kontext wird versucht, die Struktur, die Verhaltenswirkungen, die Effizienz und den Wandel von ökonomischen Institutionen zu interpretieren (HESS 2006a: 558).

schaftswissenschaftlicher) Teildisziplinen (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 225; HESS 2006a: 559)<sup>20</sup>.

WILLIAMSON (1985: 15 ff.) verweist auf die vielfältigen Kosten im Zuge unterschiedlicher Austauschbeziehungen und unterscheidet dabei ‚Kosten für Informationssuche und -beschaffung‘ (z.B. zur Identifizierung eines geeigneten Partners), ‚Anbahnungskosten‘ (zur vorbereitenden und inhaltlichen Abstimmung der zu vergebenden Aufträge) sowie ‚Beherrschungs- und Überwachungskosten‘ (z.B. Qualitätsprüfung oder Kontrolle und Koordination der Auftragsführung). Letztere differieren stark hinsichtlich Höhe und Art des Austauschs (z.B. Grad der Standardisierung) sowie der gewählten Organisationsform (z.B. Subkontrakte, Joint Ventures, Strategische Allianzen). Ebenso stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage nach einer (möglichen) Informationsasymmetrie, die das Risiko vorteilhafterer Vertrags- und Preisgestaltung durch eine Partei aufgrund von Informationsvorsprüngen beinhaltet und ungleiche Positionen innerhalb der Tauschbeziehung generieren kann (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 225; RICHTER & FURUBOTN 2003: 40 f.)<sup>21</sup>. So verwirft die Transaktionskostenökonomik das Bild des rational handelnden *homo oeconomicus*, indem jedem Netzwerkakteur drei Verhaltensweisen unterstellt werden. Diese lassen sich durch eine ‚Begrenzte Rationalität‘, ‚Opportunismus‘ sowie ‚Risikoneutralität‘ erklären (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 225 ff.; GRANOVETTER 1985: 494; HESS 2006a: 559; PALME & MUSIL 2012: 76; PICOT & DIETL 1990: 179; SYDOW 1992: 127 ff.; WEYER 2000: 5; WILLIAMSON 1993: 6; WILLIAMSON 1990: 64 ff.; WILLIAMSON 1985: 45 ff., 388 ff.; WILLIAMSON 1975: 22 ff.):

- ‚Begrenzte Rationalität‘ erfolgt unter Annahme einer unvollständigen Informationsverfügbarkeit der unterschiedlichen Netzwerkakteure. So wird auch die Fähigkeit, vorhandene Informationen zu verarbeiten, infrage gestellt. Im Zusammenhang mit derartigen kognitiven Aufnahme- und Verarbeitungsgrenzen und (oftmals) damit einhergehender Kommunikationsdefizite können die Akteure nur bedingt rational handeln, obwohl vollkommen rationales, ökonomisch-optimiertes Handeln das Ziel ist (in Anlehnung an das Modell des *homo oeconomicus*). Daraus ergibt sich

---

<sup>20</sup> In der Ursprungsarbeit mit dem Titel „*The Nature of the Firm*“ verwendet COASE (1937) den Begriff der ‚Marktbenutzungskosten‘, die vor und nach der Transaktion anfallen. Die Bezeichnung ‚Transaktionskosten‘ entstand tatsächlich erst im Rahmen der Veröffentlichung „*Market and Hierarchies*“ von WILLIAMSON (1975), welche in direktem Zusammenhang mit der Arbeit von COASE (1937) steht und den Ausgangspunkt zahlreicher Weiterentwicklungen bildet (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 225; HESS 2006a: 559; PALME & MUSIL 2012: 75 f.).

<sup>21</sup> Die hier angesprochenen Abstimmungsprozesse und damit einhergehende, mögliche Risiken zwischen den Partnern in Netzwerken ist Gegenstand einer umfangreichen Diskussion. Weitere Überlegungen hierzu liefern die ‚Prinzipal-Agenten-Theorie‘ oder der ‚*Property-Rights-Ansatz*‘ (vgl. KULKE 2013: 58 ff.)

die Vermutung, dass die Transaktionspartner Verträge nicht vollständig spezifizieren können, was zu suboptimalen nachvertraglichen Unsicherheiten führen kann.

- Unter ‚Opportunismus‘ ist die Neigung der Netzwerkakteure zu verstehen, die eigenen Interessen im Rahmen einer Transaktion voranzustellen und zu priorisieren. Zu diesem Zweck kann durchaus auch die Möglichkeit von Täuschung, Zurückhaltung von Informationen oder List existieren. Opportunistische Verhaltensweisen verursachen Verhaltensunsicherheiten und können sowohl vor als auch nach Vertragsabschlüssen erfolgen (ex ante- bzw. ex post-Opportunismus). Grundsätzlich wird zwischen einer parametrischen (über äußere Bedingungen) und einer strategischen Unsicherheit (über die Handlungsabsichten der Transaktionspartner) unterschieden.
- ‚Risikoneutralität‘ geht von einer neutralen Haltung der Transaktionspartner gegenüber allen Vertrags- und Organisationsalternativen aus. Darüber hinaus unterstellt sie eine homogene Risikobereitschaft zwischen den Akteuren.

Die Frage nach Ausgestaltung, Form und Tiefe der Integration externer Kooperationspartner – also die obig beschriebene *Make-or-Buy*-Entscheidung – steht im Mittelpunkt des Transaktionskostenansatzes. Damit einhergehend liegt das obligatorische und zugleich zentrale Ziel unternehmerischen Handelns darin, die im Rahmen einer Transaktion entstehenden Kosten möglichst gering zu halten. So gehören neben den Verhaltensweisen der involvierten Akteure und Unternehmen auch die Eigenschaften der Leistungserstellung (z.B. Produktbesonderheiten, Fertigungstiefen etc.) zu den bedeutendsten Transaktionscharakteristika. Vor diesem Hintergrund wird zwischen drei Eigenschaften differenziert, die sowohl die Höhe der Transaktionskosten als auch die Wahl der Organisationsform maßgeblich beeinflussen und zu unterschiedlichen Transaktionsarrangements führen. Namentlich zählen hierzu ‚Faktorspezifität‘, ‚Unsicherheit‘ sowie ‚Häufigkeit‘ (GIESE et al. 2011: 50; HESS 2006a: 559; PALME & MUSIL 2012: 76; WILLIAMSON 1990: 59).

Im Kontext der ‚Faktorspezifität‘ variieren die Transaktionskosten dahingehend, ob es sich um ein unspezifisches, standardisiertes Produkt handelt, welches problemlos über den Markt zu beziehen ist (da es viele Anbieter gibt und der Koordinierungsaufwand gering ist), oder ob eine Transaktion zwischen zwei Partnern genau aufeinander abgestimmt werden muss. Letztere, also hochspezifische Produkte (z.B. Komponenten der Hightech-Produktion), werden tendenziell in ein Unternehmen integriert, da so die Kontroll- und Überwachungskosten verringert werden. ‚Unsicherheit‘ resultiert aus der Annahme opportunistischen Verhaltens, so dass jede Transaktion mit einer gewissen Unsicherheit behaftet ist. Insbesondere faktorspezifische Transaktionen

werden dann angestrebt und getätigt, wenn ein Unternehmen von der Leistungsfähigkeit und -bereitschaft des (potenziellen) Partnerunternehmens sowie einer gewissen Langfristigkeit der Zusammenarbeit überzeugt ist. Allerdings gewinnen im Zuge opportunistischer Verhaltensweisen beispielsweise Vertragslücken an Bedeutung, so dass daraus oftmals eine Einführung zusätzlicher Kontroll- und Durchsetzungsaufwendungen resultiert. Je höher die (strategische) Unsicherheit, desto eher wird eine unternehmensinterne Transaktionsabwicklung präferiert. Die ‚Häufigkeit‘ sich wiederholender Transaktionen wirkt sich auf die Höhe der Transaktionskosten aus. So können spezifische Investitionen und laufende Anpassungskosten oftmals besonders hoch sein, allerdings sorgt eine gewisse Regelmäßigkeit der Transaktionen über einen längeren Zeitraum hinweg für eine Reduzierung der Beherrschungs- und Überwachungskosten (z.B. Qualitätskontrolle oder Informationsaustausch). In diesem Zusammenhang sind trotz hoher Spezifität Skalen- oder Verbundvorteile (*economies of scale/scope*) denkbar (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 226; GIESE et al. 2011: 50; HESS 2006a: 560; PALME & MUSIL 2012: 76).

Während der Transaktionskostenansatz zweifelsohne einer rein betriebswirtschaftlichen Fundierung entspringt, gelang SCOTT (1983, 1986, 1988, 2006) eine Erweiterung des Konzepts um eine räumliche Perspektive. In diesem Kontext stellt sich die räumliche Nähe der Transaktionspartner untereinander als vorteilhaft heraus. So lassen sich zum Beispiel die Informationskosten verringern, da eine kürzere Entfernung zu potenziellen Transaktionspartnern nicht nur den Informationstransfer beschleunigt, sondern auch aufwendige Suchprozesse verkürzt. Daneben lassen sich die Anpassungskosten reduzieren, weil die Lösung technischer Probleme und Maßnahmen zur Produktionsoptimierung ohne Überwindung größerer Distanzen erfolgen kann. Auch resultiert aus einer räumlichen Nähe der Partner eine Verringerung der Kommunikationskosten, da stilles, nicht-kodifiziertes Wissen sowie Konventionen ‚auf kurzem Dienstweg‘ geteilt werden. Dadurch entwickelt sich Vertrauen, was wiederum Unsicherheiten vermindert und das Risiko opportunistischen Verhaltens weitgehend eindämmt (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 229; GIESE et al. 2011: 50).

Wenngleich der Transaktionskostenansatz bis heute die theoretische Grundlage zahlreicher Netzwerkstudien und -analysen bildet und seine Verdienste innerhalb der Wissenschaft unbestritten sind, ist auch dieses Konzept einiger Kritik ausgesetzt. Weil der Transaktionskostenansatz auf dem Denkansatz des klassischen Kostenvergleichs unter Bezugnahme der Kosten, die durch marktliche Transaktionen entstehen, basiert, erweist er sich im Rahmen einer Bewertung von Austauschbeziehungen als unzureichend. So wird argumentiert, dass Unternehmen nicht nur durch Kostenvorteile, sondern auch durch Flexibilitäts- und Machtvorteile Wettbewerbsvorteile er-

langen können. Darüber hinaus beruhen Kostenvorteile oder -nachteile oft auch auf dynamischen Effekten, was in einem formalen Ansatz – wie dem Kostenvergleich – unzureichend erfasst wird (OLBRICH 2001: 22). Während also die Grenzen des Transaktionskostenansatzes in der operablen und tiefergehenden Betrachtung von Flexibilität und Machtbeziehungen liegen (OLBRICH 1998: 99), erachten einige Autoren die exakte Bestimmung der Kosten vor und während der Durchführung einer Transaktion als unzureichend und problematisch. Demnach können die Transaktionskosten, die im Rahmen unterschiedlicher Vorgänge entstehen, mal besser und mal schlechter abgeschätzt werden (BENKENSTEIN & HENKE 1993: 85; RICHTER & FURBOTN 2003: 65 ff.).

### **3.2 Netzwerke zwischen Regionalisierung und Globalisierung**

Der im vorherigen Teilkapitel beschriebene Wandel der Produktionsorganisation ist von einer erheblichen Diskussion um die räumlichen Implikationen im Kontext der ‚Globalisierungsthese‘ und der damit korrespondierenden ‚Regionalisierungsthese‘ geprägt (vgl. z.B. AMIN & THRIFT 1994; BRUSSIG et al. 2003; FRITSCH et al. 1998; MARSDEN & MURDOCH 2006).

Einerseits stellt die Globalisierungsthese vorwiegend die Bedeutung und Einführung neuer Informations-, Kommunikations- und Transporttechnologien in den Mittelpunkt, was die räumliche Trennung von Fertigung, Dienstleistungen sowie einzelnen Fertigungsschritten ermöglicht (DE MAN 2008: 17 f.; HAAS & NEUMAIR 2007: 88) und zu einem Bedeutungsverlust der räumlichen Entfernung führt. Letzteres wird oftmals mit dem Schlagwort „*Death of Distance*“ (CAIRNCROSS 1997: 3; PORTER 1998: 77) verdeutlicht.

Andererseits profitiert im Zuge der Regionalisierungsthese eine vertikal desintegrierte Produktion von Fertigung, (betriebsinternen und –externen) Dienstleistungen und Zulieferbetrieben in räumlicher Nähe. Da Produkt- und Prozessinnovationen einen stetigen, persönlichen Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen allen beteiligten Unternehmensresorts (z.B. Fertigung, F&E, Marketing, Finanzierung usw.) erfordern, gewinnt der Faktor der räumlichen Nähe, der von einer Konzentration eng vernetzter Unternehmen gekennzeichnet ist, zunehmend an Bedeutung (BELL & ZAHEER 2007: 957 ff.; STORPER 1997: 10). Dadurch kommt es nicht selten zu einer Bildung kleinräumiger, territorial begrenzter Produktionsräume (z.B. Cluster, Industriedistrikte, kreative Milieus), die zu einer Aufwertung und Neuausrichtung regionaler Qualitäten und Identitäten führt (HAAS & NEUMAIR 2007: 88).

Die Prozesse der ‚Globalisierung‘ und ‚Regionalisierung‘ werden in der Fachliteratur keineswegs als paradox und nicht miteinander zu vereinbaren angesehen. So liefern SCOTT und STORPER (1994) beispielsweise eine Synthese dieser beiden Ansichten, in der die Weltwirtschaft als quasi Mosaik regionaler Produktionssysteme interpretiert wird. Dabei besitzt jedes Mosaik seinen spezifischen regionalen Markt und hat gleichzeitig Zugang zum weltumspannenden Netz interregionaler Verflechtungen. So ist eine weitgehende Interdependenz zu konstatieren, die GIDDENS (1994: 64) als *„intensification of worldwide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa“* versteht.

### 3.2.1 Clusteransätze

Unternehmerische Wettbewerbsvorteile sind nicht selten auf der regionalen Maßstabsebene verortet, so dass bestimmte Kenntnisse, Fähigkeiten sowie informelle Beziehungen erlangt und aufgebaut werden, die räumlich entfernten Wettbewerbern oftmals verwehrt bleiben. Vor diesem Hintergrund widmet sich die wirtschaftsgeographische Forschung seit längerer Zeit dem Phänomen der Bildung regionaler Unternehmenskonzentrationen (HAAS & NEUMAIR 2007: 95).

Der Terminus ‚Cluster‘ hat sich als Oberbegriff für regionale Unternehmensnetzwerke etabliert (ibid.: 96). Darunter ist eine *„geographische Konzentration von miteinander verbundenen Unternehmen und Institutionen in einem bestimmten Wirtschaftszweig [zu verstehen]. Er umfasst eine Reihe vernetzter Branchen und weitere für den Wettbewerb relevante Organisationseinheiten. Dazu gehören etwa die Lieferanten spezieller Einsatzgüter wie Komponenten, Maschinen und Serviceleistungen sowie die Anbieter spezieller Infrastruktur“* (PORTER 1999a: 52). Die räumlichen Ausdehnungen und Maßstabsebenen eines Clusters sind in der wissenschaftlichen Forschung bisher nicht eindeutig und allgemeingültig abgegrenzt. Es kann große und kleine Wirtschaftsräume, ländliche, städtische oder suburbane Gebiete umfassen oder sich gar über mehrere benachbarte Staaten hinweg erstrecken. Nicht selten limitieren auch administrative Grenzen die Ausdehnung eines Clusters, obwohl per se sämtliche Akteure, Unternehmen und Institutionen miteinbezogen werden sollten, die zueinander in irgendeiner (wirtschaftlichen) Austauschbeziehung stehen (BATHELT & DEWALD 2008: 166; DANNENBERG 2007a: 128; NEUMAIR 2006: 419; PORTER 1999b: 210; WALLISCH 2009: 77).

Im Kontext wirtschaftsgeographischer Forschungsbemühungen ist das Augenmerk weniger auf die ‚harten‘ ökonomischen Parameter gerichtet, sondern vielmehr auf die ‚weichen‘ sozio-kulturellen Faktoren. Namentlich sind dies zum Beispiel die sozial-

mentale Nähe oder die Einbettung in ein gemeinsames kulturelles Milieu. Zur Beschreibung dieses Phänomens brachten unterschiedliche wirtschaftsgeographische Veröffentlichungen eine Vielzahl an Begrifflichkeiten und Konzepten hervor. Während die unterschiedlichen Ansätze über mehrere Dekaden hinweg entstanden und durch zahlreiche Weiterentwicklungen eine enge Verknüpfung zueinander aufweisen, beschreiben sie prinzipiell alle dasselbe empirische Phänomen: Die räumliche Konzentration von Akteuren, Unternehmen und Institutionen und die sich daraus ergebenden Vorteile als Auslöser einer erfolgreichen regionalen Entwicklung (HAAS & NEUMAIR 2007: 96).

Die bedeutendsten Konzepte, aus denen die gegenwärtige Cluster-Diskussion hervorgeht, sind das von MARSHALL (1920) entwickelte ‚Konzept der Industriedistrikte‘, das ‚Konzept des innovativen oder kreativen Milieus‘ (vgl. BRAMANTI & RATTI 1997; MAILLAT 1998; MAILLAT & LECOQ 1992), das ‚Konzept der geographischen Industrialisierung‘ nach STORPER und WALKER (1989) und vor allem das ‚Konzept der geographischen Konzentration in Branchen-Clustern‘ (PORTER 1990)<sup>22</sup>. Letzteres gehört zu den prominentesten Ansätzen innerhalb der Cluster-Diskussion (BENNER 2012: 11; GREGORY et al. 2009: 92) und wird nachfolgend erläutert.

Das Clusterkonzept PORTERS (1990), ursprünglich erschienen in der Studie „*The Competitive Advantage of Nations*“, findet wesentliche Grundlagen in den Überlegungen des britischen Ökonomen MARSHALL (1920, ‚Konzept der Industriedistrikte‘), der die effizienz- und produktivitätssteigernden Wirkungen einer räumlichen Konzentration von Unternehmen derselben Branche in traditionellen Industriezweigen untersuchte. MARSHALL (1920) wies nach, dass derartige Unternehmenskonzentrationen oftmals durch Agglomerations- und Lokalisationsvorteile, also einem gemeinsam nutzbaren Pool an Infrastruktur und Know-how, entstehen. So existieren innerhalb dieser regionalen Produktionsverbunde neben den Herstellern auch spezialisierte Zulieferer, Dienstleister sowie Ausbildungseinrichtungen zur Vermittlung spezieller Qualifikationen. Während Kooperationen zwischen Unternehmen und Institutionen zur Akkumulation von Erfahrungswissen und Kompetenzen zur Produktherstellung führen, stärkt darüber hinaus der untereinander bestehende Wettbewerb die Innovationsleistung (*Knowledge spillovers*) und das Qualitätsbewusstsein (BATHELT 1998: 255 f.; DIECKMANN 1999: 57; ESSLETZBICHLER 2002: 18; GROTZ & BRAUN 1993: 150 f.; MARTIN 2006:

---

<sup>22</sup> An dieser Stelle ist eine deskriptive Aufarbeitung der genannten Ansätze nicht zielführend. Einen detaillierten Überblick geben neben der im Text angegebenen Originalliteratur unter anderem AMIN und THRIFT 1992, BATHELT und GLÜCKLER 2012, BENNER 2012, DANNENBERG 2007b, FROMHOLD-EISEBITH 1995, HAAS und NEUMAIR 2007, HARRISON 1992, KIESE 2007, KIRCHNER 2001, KULKE 2013, MARKUSEN 1996, PALME und MUSIL 2012, SCHAMP 2000, SCHEUPLEIN 2001, SCOTT 1988, TICHY 2001, TÖDTLING 2005, ZÜRKER 2007.

68; SCHAMP 2000: 70 ff.; TICHY 2001: 183 f.). Wenngleich PORTER (1991: 93 ff.) sich ebenfalls mit den Wirkungen starker räumlicher Konzentrationen beschäftigt, legt er den wissenschaftlichen Fokus – unter Berücksichtigung eines sich zunehmend verstärkenden globalen Wettbewerbs – zunächst ausschließlich auf die Maßstabebene nationaler Zusammenhänge. Er argumentiert, dass bestimmte Branchen eines Landes beachtliche Wettbewerbsvorteile erlangen und internationale Märkte erschließen, da sich sogenannte (Industrie-)Cluster als Bündel nationaler Branchen bilden. Vor diesem Hintergrund liegt die Stärke eines solchen Clusters in der engen Verknüpfung der unterschiedlichen Akteure durch eine sehr ausgeprägte Zuliefer-Abnehmer-Beziehung (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 245).

PORTER (1991: 93 ff.) benennt in seinem Clusteransatz vier Determinanten, mit Hilfe dessen das Entstehen von Wettbewerbsvorteilen erklärt werden kann (DANNENBERG 2007b: 31 f.; PALME & MUSIL 2012: 83 f.; SCHIELE 2003: 73; ZÜRKER 2007: 27):

- ‚Faktorbedingungen‘. Diese umfassen die Verfügbarkeit von richtigen Produktionsfaktoren in ausreichender Qualität und Quantität. PORTER (1991) unterscheidet in diesem Zusammenhang zwischen *Basic factors* (Kapital- und Humanressourcen), *Advanced factors* (materielle und immaterielle Infrastruktur) sowie *Specialized factors* (z.B. branchenspezifisches Kreditwesen oder spezialisierte Forschungseinrichtungen). Allerdings ist die bloße Verfügbarkeit der Produktionsfaktoren nicht entscheidend. Vielmehr sollten die ansässigen Unternehmen und Akteure in der Lage sein, die Faktoren zu adaptieren und produktiv einzusetzen, um so faktorbildende Prozesse zu generieren.
- ‚Nachfragebedingungen‘. Die Nachfragebedingungen einer Branche und somit eines Clusters sind von herausragender Bedeutung, da anspruchsvolle und qualitätsbewusste Nachfrager Investitionen und Innovationen lenken. Dementsprechend wird der Druck auf die Unternehmen erhöht, was wiederum zu ‚*First-Mover-Effekten*‘ im globalen Wettbewerb führen kann. Im Kontext der Nachfragebedingungen sind vorwiegend zwei Aspekte von größter Bedeutung: Zunächst ermöglicht die Zusammensetzung der Inlandsnachfrage ein frühes Bild über die Käuferbedürfnisse, welches Ausgangspunkt etwaiger Spezialisierungen ist. Daneben spielen Umfang und Dynamik der Inlandsnachfrage eine wichtige Rolle. Analog zur Bewertung der Faktorbedingungen wird auch in dieser Determinante qualitativen Aspekten sowie Spezialisierungen der Nachfrage mehr Beachtung geschenkt als rein quantitativen Aspekten der Verfügbarkeit.

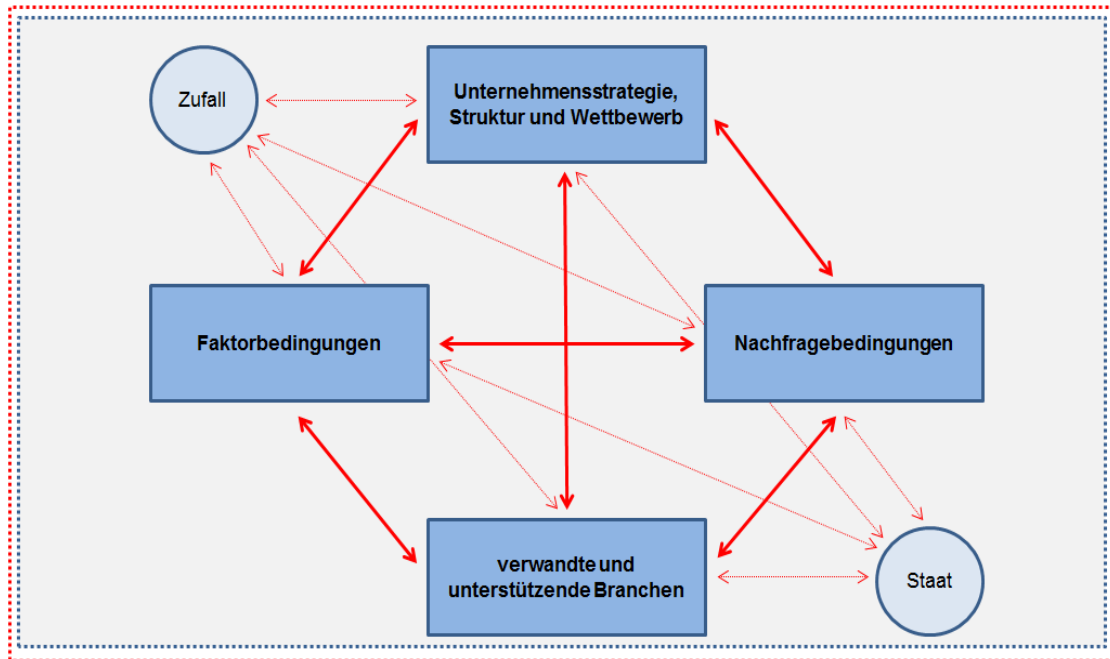


- ‚Verwandte und unterstützende Branchen‘. Sie können Kosten-, Koordinations- und Verflechtungsvorteile ermöglichen und stützen dadurch die Generierung von Wettbewerbsvorteilen in einer Branche. So erzeugen sie durch die Bündelung von Kompetenzen Synergieeffekte und infolge dessen Innovationsprozesse zwischen Netzwerkpartnern. Vor allem durch international tätige Zulieferbranchen und verwandte Branchen eines Landes erlangen Unternehmen einen schnellen Zugang zu Informationen und (Zuliefer-)Informationen.
- ‚Unternehmensstrategie, Struktur und (Inlands-)Wettbewerb‘. Ein starker Inlandswettbewerb wird als besonders wichtige Determinante für die Entstehung eines nationalen Wettbewerbsvorteils erachtet. So argumentiert PORTER (1991), dass inländische, stark wettbewerbliche Märkte/Industrien Druck auf die Unternehmen ausüben und diese quasi verpflichtet, durch ständige Verbesserungen und Innovationen die eigene Marktposition zu behaupten und neue Marktgebiete zu erschließen. Das Erschließen neuer Marktgebiete – beispielsweise auf ausländischen Märkten – generiert zusätzliche Wachstumspotenziale. Darüber hinaus prägt diese spezifische Wettbewerbssituation auch die Art der Unternehmensführung (Strategie) und –struktur.

Neben diesen vier aufgeführten Bestimmungsfaktoren nennt PORTER (1991: 148 ff.) zwei weitere Faktoren. Demnach haben sowohl Zufälle (z.B. historische Ereignisse, technologische Durchbrüche oder Wechselkurs- und Rohstoffpreisschwankungen) als auch staatliche Interventionen (z.B. durch Subventions-, Bildungs-, Forschungs- und Technologiepolitik oder Normen und Gesetze) Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen.

Das Zusammenwirken dieser vier Determinanten, die sich gegenseitig beeinflussen, eng miteinander zusammenhängen und so ein wechselseitig verstärkendes System bilden, wird in sinnbildlicher Weise als ‚Porter’scher Diamant‘ bezeichnet (PORTER 1991: 151). Die nachfolgende Abbildung 4 verdeutlicht die Interaktion der unterschiedlichen Einflussfaktoren.

Abbildung 4 - Diamanten-Modell nach PORTER



Quelle: in Anlehnung an PORTER (1991: 151).

Nachdem die räumliche Konzentration dieses Ansatzes ursprünglich auf nationaler Ebene erfolgte, öffnete PORTER (1998; 2000) das Konzept auch einer regionalen Perspektive, da die Interaktionsintensität der unterschiedlichen Parameter durch eine räumliche Nähe gesteigert wird. Vor diesem Hintergrund haben Cluster einen erheblichen Anteil daran, durch eine erhöhte Produktivität die Wettbewerbschancen der eingebundenen Einheiten (Akteure, Unternehmen, Institutionen) und somit der gesamten regionalen Wirtschaft zu verbessern (DANNENBERG 2007b: 33). Gegenwärtig hat sich der Ansatz in der regionalpolitischen Praxis etabliert und wird daher vornehmlich auf einer kleinräumigeren Maßstabsebene angewendet (BATHELT & DEWALD 2008: 164 ff.; BRENNER 2008: 147 f.; WROBEL 2009: 89). Allerdings ist das Konzept der Branchen-Cluster im Kontext regionaler Unternehmensnetzwerke nicht frei von Kritik geblieben – insbesondere in der wirtschaftsgeographischen Forschung (vgl. z.B. BATHELT & GLÜCKLER 2012: 247 f.; FROMHOLD-EISEBITH & EISEBITH 2008; TAYLOR 2010).

Nicht zuletzt durch die erheblichen Verdienste PORTERS haben sich ‚Cluster‘ in den 1990er Jahren zu einem bedeutenden Forschungsgegenstand in Ökonomie, Soziologie, Politikwissenschaften und Wirtschaftsgeographie entwickelt. In diesem Kontext ist es problematisch, dass Studien über regionale Netzwerke oftmals auf der Annahme beruhen, vernetzte Einheiten hätten obligatorisch einen positiven Einfluss auf die regionale wirtschaftliche Leistungskraft und Wohlfahrt. Vielmehr ist zu betonen, dass die Unternehmen in der Regel Bestandteil professioneller Netzwerke sind, die nach

Gewinnerzielung und verbesserter Wettbewerbsfähigkeit streben und dass gerade dieser Umstand als grundlegende Voraussetzung für das Wachstum eines Clusters ist (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 260). Unterschiedliche Autoren (MASKELL 2001; MALMBERG & MASKELL 2002) verweisen auf die zwingende Notwendigkeit, zu klären, warum industrielle Cluster existieren, wie sie sich entwickeln und vor allem weshalb Unternehmen eines Clusters wettbewerbsfähig werden und welche Strukturen und Beziehungen dafür verantwortlich sind. Zu diesem Zweck lassen sich nachfolgend vier unterschiedliche Dimensionen eines Clusters unterscheiden (BATHELT 2004: 147 ff.; BATHELT & DEWALD 2008; BATHELT & TAYLOR 2002; GRABHER 2001: 351 ff.; KRUGMAN 2000; MALMBERG & MASKELL 2002; MALMBERG & POWER 2005: 409 ff.; MASKELL & LORENZEN 2004: 991 ff.; PORTER 1993):

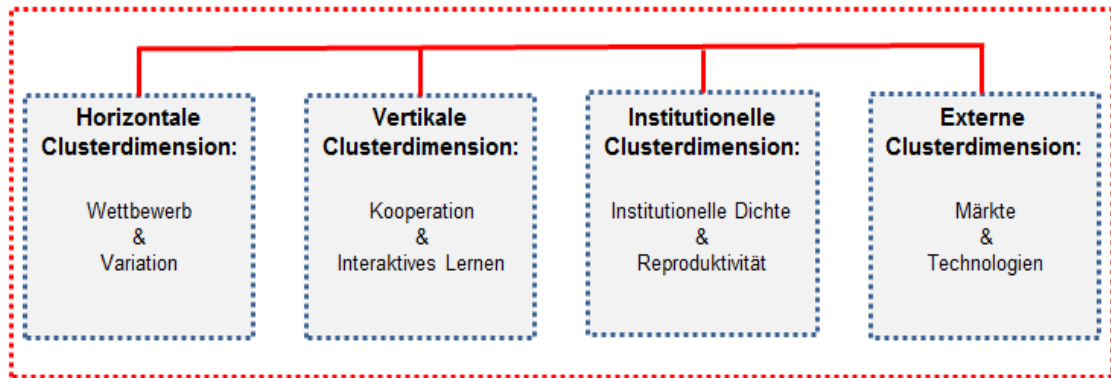
- ‚Horizontale Clusterdimension‘. Die horizontale Clusterdimension umfasst diejenigen Unternehmen einer Region, die gleiche oder ähnliche Güter produzieren und miteinander im direkten Wettbewerb stehen. Dieser Dimension kommt in den frühen Stadien der Clusterbildung und im Prozess der Spezialisierung eine entscheidende Rolle zu, da lokale Rivalität sowie Wettbewerb wichtige Anreize zur Produktdifferenzierung und Innovation schaffen. Nicht zwingend müssen zwischen diesen Unternehmen (funktionale) Austauschbeziehungen existieren. Allerdings können sie einen wichtigen Nutzen aus der Ko-Präsenz in einer Region ziehen, da es die Fertigung unter gleichen Produktionsbedingungen erfordert, über die Kostenstrukturen der Wettbewerber sowie deren Produkte informiert zu sein, um so die eigene Leistung zu optimieren und mit anderen zu vergleichen. Rivalität erzeugt Lernprozesse durch Beobachtung und Produktvariation. Darüber hinaus katalysiert sie die Innovationskraft, da ähnliche Tätigkeitsbereiche, eine annähernd gleiche Wissensbasis und die gegenseitige Kenntnis der Produktionsbedingungen vorhanden sind. Diese Umstände sind vor allem in räumlicher Nähe möglich und zu beobachten, über längere Distanzen hingegen schwer zu erreichen.
- ‚Vertikale Clusterdimension‘. In der vertikalen Clusterdimension lassen sich komplementäre Unternehmen unterschiedlicher Wertschöpfungsstufen zusammenfassen, die (lediglich) durch Netzwerke von Zuliefer-, Dienstleister- und Kundenbeziehungen miteinander verflochten sind – auch spezialisierte Dienstleister können davon erfasst sein. In dieser Clusterdimension drückt sich demnach Arbeitsteilung aus. Sobald ein (industrieller) Cluster, also eine gewisse Ballung von Unternehmen gleichen Produktportfolios, existiert, besteht für Zulieferer, Abnehmer und Dienstleister ein zunehmender Anreiz, sich in derselben Region nieder-

zulassen, um Agglomerationsvorteile (z.B. ‚economies of scale‘ oder niedrige Transportkosten) auszuschöpfen. Zudem erhöhen ein großer Pool und die Nachfrage an beziehungsweise nach spezialisierten Arbeitskräften die Attraktivität einer Region für andere Arbeitskräfte und Unternehmen. Insofern ist die vertikale Clusterdimension von zentraler Bedeutung im Rahmen der Cluster-Diskussion.

- ‚Institutionelle Clusterdimension‘. Diese Dimension bringt zum Ausdruck, dass regionale Konzentrations- und Spezialisierungsprozesse die Bildung eines spezifischen Regel- und Normensystems begründen, welches in formellen und informellen Institutionen verankert ist. Dementsprechend teilen die unterschiedlichen Akteure eines Clusters dieselben Technikvorstellungen und Arbeitswerte. Dadurch entstehen feste Beziehungen und Konventionen, die die Grundlage für Zuverlässigkeit und Vertrauen in die gegenseitige Leistungsfähigkeit bilden.
- ‚Externe Clusterdimension‘. Die externe Clusterdimension beschreibt, dass die Offenheit eines Clusters nach außen von substantieller Bedeutung ist. So existieren Cluster keineswegs in Isolation von der Außenwelt, sondern vielmehr in Abhängigkeit von externen Märkten und verwendeten Technologien, die ihren Ursprung außerhalb des Clusters haben. Die permanente und kontinuierliche Integration externer Impulse ist eine zentrale Voraussetzung für die Sicherstellung der Reproduktivität und den Erhalt von Innovations- und Wachstumsprozessen in Clustern. Obwohl enge und zugleich langfristige Netzwerkbeziehungen für clusterinterne Lernprozesse wichtig sind, haben sie nicht immer positive Auswirkungen auf die Wettbewerbs- und Innovationskraft. Gegenteilig können zu enge, zu exklusive und zu starre Konfigurationen die Dynamik eines Clusters bedrohen und einschränken.

Die folgende Abbildung 5 veranschaulicht die unterschiedlichen Clusterdimensionen. Dabei ist anzumerken, dass diese nicht unabhängig voneinander stehen, sondern sich gegenseitig durchdringen und beeinflussen (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 261).

Abbildung 5 - Clusterdimensionen



Quelle: in Anlehnung an BATHELT und JENTSCH (2002: 69).

Neben den oben beschriebenen vier Clusterdimensionen fügen die Autoren BATHELT und GLÜCKLER noch eine ‚Machtdimension‘ von Clustern an, in der die Herausbildung von Hierarchien zwischen unterschiedlichen Unternehmen und deren Folgen für das kollektive Bewusstsein erfasst werden soll (z.B. BATHELT 2004: 154 f.; BATHELT 2005: 208;). In Anlehnung an BENNER (2012: 13) werden die Machtbeziehungen zwischen den Unternehmen eines Clusters bereits in der horizontalen, vertikalen, institutionellen und externen Dimension abgebildet. Und zwar insofern, als dass eine Machtbeziehung als obligatorische Eigenschaft aller Beziehungen der unterschiedlichen Cluster-Akteure vorhanden ist. Vor diesem Hintergrund sei nochmals auf den ‚kausalrelationalen Machtbegriff‘ verwiesen, der in allen denkbaren Situationen auftritt und somit allgegenwärtig ist (vgl. Kapitel 2.1.1).

Auch in der Agrarwirtschaft existieren regionale Cluster, welche sich allerdings nicht nur durch eine Konzentration landwirtschaftlicher und mit diesen verwandten Aktivitäten und Unternehmen auszeichnen. Vielmehr verfügen sie über ein hohes Maß an interaktiven Verflechtungen und einer überdurchschnittlichen Dynamik zwischen den eingebundenen Akteuren im Vergleich zum Rest der Branche (DANNENBERG 2007b; DANNENBERG & KINDER: 2004: 52 ff.; DANNENBERG & KULKE 2005; PORTER 1998).

### 3.2.2 Ansätze zu Wertschöpfungsketten

Vor dem Hintergrund eines immer stärker werdenden Wettbewerbs im Kontext einer zunehmenden Globalisierung gewinnt die Einbindung in überregionale, nationale und globale Produktionssysteme für jedes Unternehmen zunehmend an Bedeutung (ibid.). Dementsprechend bieten die Ansätze zu Wertschöpfungsketten eine gute Ausgangsbasis, um dem gegenwärtigen Trend der Deterritorialisierung in

konzeptioneller Weise zu begegnen<sup>23</sup>. Während die unterschiedlichen Konzepte zu Wertschöpfungsketten zwar weitgehend abweichende Begrifflichkeiten enthalten, aber oftmals in alternativer und synonyme Weise verwendet werden, drücken sie letztlich einen gemeinsamen Grundgedanken aus: In diesem geht es darum, *„(...) den Weg eines Produktes und seiner wesentlichen Bestandteile schrittweise entlang eines arbeitsteiligen Wertschöpfungsprozesses von der Rohstoffextraktion über verschiedene Stufen der Produktion bis hin zur Auslieferung an den Konsumenten nachzuvollziehen“* (BRAUN & SCHULZ 2012: 207 f.). Neben den materiellen Lieferbeziehungen beinhaltet jede Wertschöpfungskette auch wichtige Informationen. Vor diesem Hintergrund ist zu konstatieren, dass zwischen allen Akteuren einer Wertschöpfungskette oftmals eine ungleiche Verteilung von Ressourcen, Produktionsfaktoren, Wissen oder Einflussmöglichkeiten zu beobachten ist, aus der oftmals prägnante Machtbeziehungen resultieren. Machtasymmetrien können die Verhaltensweisen bestimmter Wertschöpfungsakteure beeinflussen. So kann der mächtigere Partner Einfluss auf den vermeintlich schwächeren nehmen (z.B. hinsichtlich Preisen, Standards, Qualitäten) und sich die Machtkonstellation zunutze machen. Besonders die Verfügbarkeit von strategischen Informationen sowie die Marktposition erzeugen Machtbeziehungen, da sie im Wesentlichen die Anteile der einzelnen Akteure in der Wertschöpfungskette ausdrücken (KULKE 2013: 54, 75 f.). Im weiteren Verlauf dieses Teilkapitels wird neben der Darlegung unterschiedlicher Ansätze zu Wertschöpfungsketten vor allem die Bedeutung von Macht für die Internalisierung beziehungsweise Externalisierung von Aktivitäten behandelt. Während anfänglich zunächst rein lineare Ansätze diskutiert werden, beinhalten weiterführende Konzepte die Vorstellung von Wertschöpfungszusammenhängen, *„(...) die in komplexen grenzüberschreitenden Produktionsnetzen gesteuert werden und multiskalar in verschiedene institutionelle Kontexte und politische Kräftefelder eingebettet sind“* (ZADEMACH 2009: 71).

Die Analyse von vertikaler Produktionsorganisation ist im wirtschaftsgeographischen Kontext keineswegs neu und somit nicht alleiniger Verdienst der jüngeren Forschung.

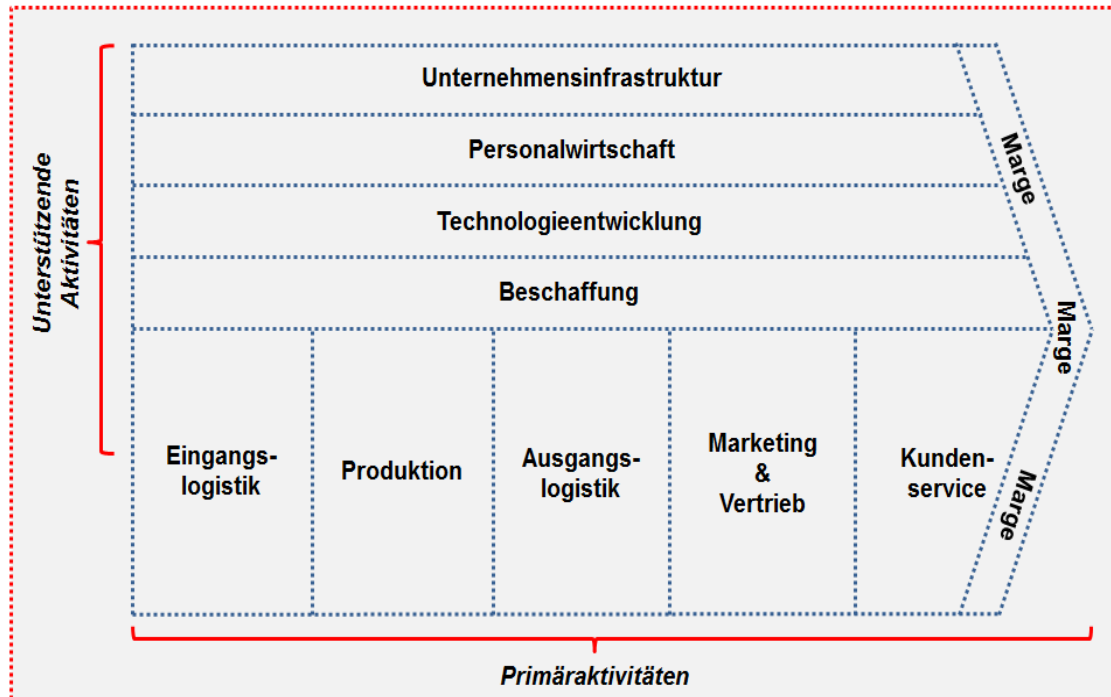
---

<sup>23</sup> Im Zuge einer interdisziplinär geführten Diskussion gerieten in den vergangenen Dekaden unterschiedliche Konzepte in den Fokus wirtschaftsgeographischer Forschung, die den Wertschöpfungsprozess je nach Perspektive als ‚System‘, ‚(Waren-, Wertschöpfungs-, Produktions- oder Güter-)Kette‘, ‚Kreislauf‘ oder ‚(Produktions-)Netzwerk‘ beschreiben (vgl. z.B. HUGHES & REIMER 2004: 2 ff.; KAPLINSKY & MORRIS 2001: 6 ff.; LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 142; NEILSON et al. 2014). In Anlehnung an STAMM (2004: 9 ff.) sowie NEILSON und PRITCHARD (2009: 56) wird im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit und im Kontext einer rein linearen (oder vertikalen) Betrachtung der Produktionsschritte der Begriff ‚Wertschöpfungskette‘ verwendet.

So hat WAIBEL (1927) bereits in den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts den Begriff der ‚Wirtschaftsinformationen‘ geprägt, um das Zusammenwirken landwirtschaftlicher Produktion mit vor- und nachgelagerten Dienstleistern zu beschreiben (SCHAMP 2000: 28; STAMM 2004: 11). Ebenfalls bemühte sich HIRSCHMAN (1958) in den 1950er Jahren um die Interpretation arbeitsteiliger Produktionsprozesse. Die darin aufgezeigten „*backward (...) and forward linkages*“ (ibid.: 100 ff.) beziehen sich allerdings nicht auf den Austausch von materiellen (z.B. Fluß von Waren oder Geld) oder immateriellen Dingen (z.B. Wissen oder Informationen) zwischen etablierten Organisationen. Vielmehr resultieren aus unterschiedlichen Investitionen in (industrielle) Unternehmen Nachfrageeffekte, die Folgeinvestitionen von beispielsweise Zulieferern (*backward linkages*) induzieren (NITSCH & LEPENIES 2000: 19 ff.; STAMM 2004: 11). Einen ebenfalls wichtigen Beitrag zur Analyse von Wertschöpfungszusammenhängen leistet das von PORTER (1985) entwickelte ‚Konzept der Wertkette‘ (vgl. Abbildung 6).

PORTER (1991: 63 ff.) unterteilt seine Wertketten-Konzeption in Primär- und Stützungsaktivitäten. Primäraktivitäten beschreiben die lineare Abfolge von Wertschöpfungsaktivitäten zur Herstellung eines Produktes, der darin enthaltenen Logistik, des Marketings, der Distribution sowie weiteren Dienstleistungen. Stützungsaktivitäten bilden die Grundlage für die Primäraktivitäten und schaffen die Voraussetzungen für deren Durchführung. Das Aufzeigen verknüpfender und wertsteigernder Elemente im Produktionsprozess ermöglicht nicht zuletzt Führungskräften in Unternehmen eine gute Übersicht zu komplexen Zusammenhängen einzelbetrieblicher Aktivitäten. Kritisiert wird hingegen, dass der vorliegende Ansatz sich ausschließlich auf die direkt beteiligten Unternehmen einer Wertschöpfungskette konzentriert. Andere Institutionen, Unternehmen und weitere Akteure, deren Tätigkeitsbereich eben nicht unmittelbar dort zu finden ist (z.B. Reparaturdienste, Maschinenfabriken oder Banken), werden gänzlich ausgeblendet. Aspekte von Unternehmensmacht, der wechselseitigen Beeinflussung von Unternehmen im institutionell-politischen Kontext sowie die räumlichen Aspekte der Einbettung werden ebenfalls vernachlässigt (HENDERSON et al. 2002: 439; STAMM 2004: 12).

Abbildung 6 - Wertketten-Ansatz nach PORTER



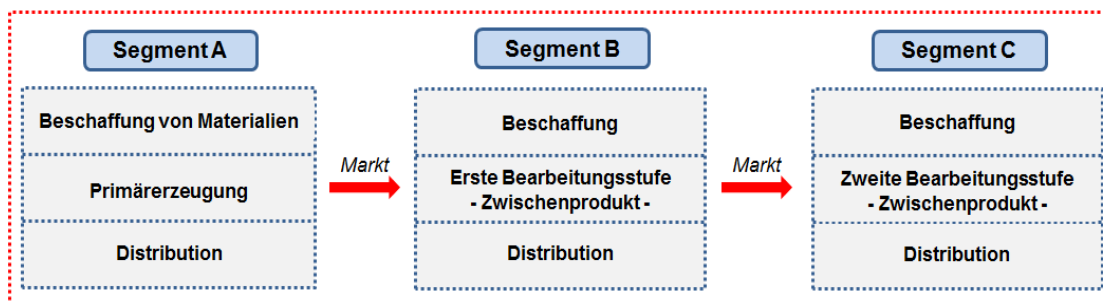
Quelle: in Anlehnung an PORTER (1991: 62).

### Filières-Konzept

Für die Erfassung kettenartiger Abläufe ist das von französischen Ökonomen in den 1970-80er Jahren entwickelte ‚Konzept der Filières‘ (vgl. z.B. Hugon 1988; LAURET 1983; MALSOT 1980; STOFFAES 1980) von weitaus größerer Bedeutung (HENDERSON et al. 2002: 439). Vor allem in Fragestellungen der Agrar- und Ernährungswirtschaft erfährt der frankophone Ansatz besondere Aufmerksamkeit (LENZ 2005; LENZ 1997; NUHN 1993: 138; RAIKES et al. 2000: 16 f.; STAMM 2004: 12; SCHAMP 2000: 29 ff.). Untersuchungsgegenstand des Konzepts sind die Produktion und Distribution der Produkte und Dienstleistungen unter Betonung der vertikalen Anordnung, also vom Bezug der Rohstoffe bis hin zum (End-)Konsumenten. Damit einhergehend liegt das zentrale Ziel darin, die Organisationsstruktur und räumliche Gliederung von Produktion über die Gesamtheit aller eingebundenen Unternehmen hinweg zu verstehen und der ökonomischen Analyse zugänglich zu machen (DANNENBERG 2007b: 37; SCHAMP 2000: 29 ff.; STAMM 2004: 12). Wie die nachfolgende Abbildung 7 verdeutlicht, unterteilt das Filières-Konzept die verschiedenen Stufen einer Wertschöpfungskette in Segmente.



Abbildung 7 - Modell der Filière



Quelle: in Anlehnung an LENZ (1997: 22).

Jedes Segment stellt jeweils einen geschlossenen Produktionsabschnitt dar, welcher aus Beschaffung, Bearbeitung und Distribution besteht. An den als ‚strategische Knoten‘ bezeichneten Ein- und Ausgängen der Segmente existieren Marktbeziehungen, die erhebliche Dominanz- und Abhängigkeitsverhältnisse aufweisen können. So können beispielsweise die Akteure in derartigen Machtverhältnissen zueinander stehen, dass mächtigere Marktpartner Einfluss (z.B. auf Preise, Produkte, Qualitäten, Produktionsmethoden) auf den jeweils schwächeren ausüben. Zudem können mächtigere Marktpartner in der Lage sein, den Grad der materiellen und immateriellen Verflechtungen einzelner Segmente und Marktpartner innerhalb der Kette zu kontrollieren und zu koordinieren (HASSAN & SIMONI 2001; HUGON 1988; LENZ 2005: 19; LENZ 1997: 27; RAIKES et al. 2000: 18; VORLEY 2001: 3).

Anders als die vorangestellten Ansätze werden im Konzept der Filières die Verflechtungen und Austauschbeziehungen nicht nur in einer Richtung (z.B. von der Primärerzeugung zum Endverbraucher) analysiert. Vielmehr betrachtet es sämtliche Beziehungen im gesamten Produktionssystem sowohl vor- und rückwärts als auch in horizontaler und diagonaler Weise. Somit werden zum Beispiel auch Transportunternehmen, Reparaturdienste, Versicherungen, Banken und andere Institutionen erfasst, die lediglich im indirekten Sinne an den Wertschöpfungsaktivitäten der Kette beteiligt sind. Es ist zu konstatieren, dass die Überlegungen im Kontext des Filières-Ansatzes es ermöglichen, Wertschöpfungsketten hinsichtlich Organisationsformen (z.B. lange Lieferkette oder Wege der Direktvermarktung), Machtverhältnissen, Reichweiten und Raumbezügen zu unterscheiden und zu analysieren. Ergo ist das Filières-Konzept in der Lage, die zum Teil hochkomplexen Produktions-, Distributions- und Vermarktungsbeziehungen von Produkten oder Dienstleistungen zu erfassen und ein realistischeres, systemisches Bild wirtschaftlicher Zusammenhänge aufzuzeigen. Allerdings beschränken sich die Betrachtungen von Kontrolle und Koordination innerhalb einer Wertschöpfungskette vorwiegend auf die Abläufe von materiellen Flüssen (DANNEN-

BERG 2007b: 37 f.; LENZ 2005: 19; NUHN 1993: 139; SCHAMP 2000: 30 f.; STAMM 2004: 13).

#### Global Commodity Chain (GCC)

Das Konzept der ‚*Global Commodity Chains* (GCC)‘ (vgl. v.a. GEREFFI & KORZENIEWICZ 1994; GEREFFI & KORZENIEWICZ 1990; GEREFFI 1999; GEREFFI 1996; GEREFFI et al. 1994) bezieht – stärker als Filières – immaterielle Informationsflüsse mit ein und beschäftigt sich in detaillierter Weise mit der Rolle von Schlüsselakteuren und deren Kontrollfunktionen im Kontext von Machtbeziehungen. Weiterhin unterscheidet sich der GCC-Ansatz im Kontext der räumlichen Maßstabsebene – und das im Vergleich zu allen vorher beschriebenen Ansätzen – dahingehend, dass Wertschöpfungsketten ihrer gesamten Länge und globaler Ausdehnung nach betrachtet werden und nicht nur auf regionaler, überregionaler und nationaler Ebene (BAIR 2008: 347 f.; COE et al. 2008a: 267 ff.; DANNENBERG 2007b: 41 f.; DICKEN & HASSLER 2000: 263; DIETSCH 2010: 27; GEREFFI 1996: 429 ff.; GEREFFI et al. 1994: 2; KULKE 2013: 141; MEURER 2008; RAIKES et al. 2000: 21).

Somit löst sich dieses Konzept von der vornehmlich linearen Betrachtungsweise, welche nicht zuletzt durch die in den 1970er Jahren dominierenden fordistischen Produktionsweisen geprägt war (vgl. Kapitel 3.1), und erzeugt das Bild von komplexeren, globalen (Wertschöpfungs-)Ketten mit zugleich netzwerkartigem Charakter. GEREFFI & KORZENIEWICZ (1994: 2) beschreiben GCCs daher als „(...) *sets of interorganizational networks clustered around one commodity or product, linking households, enterprises, and states to one another within the world-economy.*“

Der GCC-Ansatz beschäftigt sich vornehmlich mit Produktions- und Handelsnetzwerken, welche von mächtigen Akteuren gesteuert werden. In diesem Zusammenhang wird der Handel als ein integriertes System betrachtet, welches von Schlüsselakteuren (als fokale Unternehmen) geregelt wird und ganzheitlich dem Einfluss unterschiedlicher Institutionen unterliegt (DANNENBERG 2007b: 43). Wie bereits impliziert, bilden innerhalb des GCC-Ansatzes nicht materielle Input-Output-Beziehungen (in einer Folge wertschöpfender Schritte) das konstitutive Element, sondern die Betrachtung immaterieller Verflechtungen. So unterstellt die GCC-Forschung im Kontext der systemischen Betrachtungsweise das Vorhandensein von Abhängigkeiten aufgrund unterschiedlicher Machtverhältnisse, asymmetrische Informationsflüsse und -zugänge sowie eingeschränkte Wettbewerbsverhältnisse bei gleichzeitig auftretenden, gegenseitigen Lerneffekten (DANNENBERG 2007b: 43; SCHAMP 2000 78 f.).

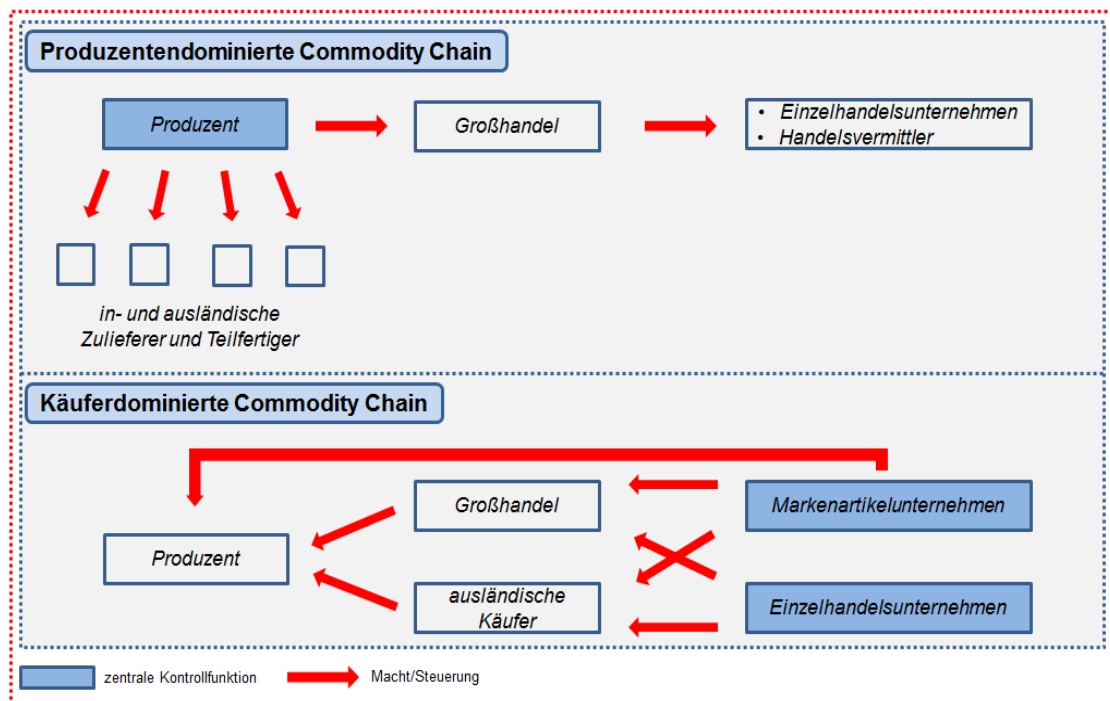
Das GCC-Konzept ist nach unterschiedlichen Betrachtungsebenen unterteilt und kategorisiert diese nach vier analytischen Dimensionen: Erstens die ‚*Input-Output-*

Struktur' der Kette; zweitens der ‚territoriale Umfang‘ als räumliche Verortung der Wertschöpfungsprozesse (mit starkem Fokus auf die globale und nationale Maßstabsebene); drittens die ‚Governance-Struktur‘ und viertens der ‚institutionelle Rahmen‘ im Kontext des regionalen, nationalen und internationalen Referenzrahmens für das Zusammenwirken der beteiligten Akteure (siehe grundlegend GEREFFI & KORZENIEWICZ 1994; ZADEMACH 2009: 76). Trotz dieses umfassenden Analyserahmens konzentrieren sich die GCC-Studien nahezu ausschließlich auf Aspekte von Governance (HESS & YEUNG 2006: 1196). Aus diesem Grund – und nicht zuletzt mit Blick auf die Fragestellung der vorliegenden Arbeit – ist es an dieser Stelle zielführend, lediglich diese Dimension genauer zu betrachten: Die Governance-Struktur gibt Auskunft über Steuerungsmechanismen und Machtbeziehungen innerhalb von GCCs und kann das Auftreten von Eintrittsbarrieren und die Koordination der Verkettungen darstellen. Von herausragender Bedeutung sind die vertraglichen Bindungen zwischen formal unabhängigen Unternehmen und Akteuren und solchen, die über ein gewöhnliches Maß hinaus Macht- und Abhängigkeitsverhältnisse aufweisen. Derartige Konstellationen können beispielsweise direkten Einfluss auf Produktionsabläufe oder Standortentscheidungen vor- und nachgelagerter Unternehmen haben (DANNENBERG 2007b: 43). Die Governance- (bzw. Steuerungs-)Struktur bildet letztlich das analytische Zentrum des GCC-Ansatzes (DIETSCH 2010: 29) und wird herangezogen, um die Organisation von Machtbeziehungen in den Ketten zu erklären (DANNENBERG 2012: 23). GEREFFI (2001: 30 ff.) unterscheidet in diesem Zusammenhang zwei Typen von Governance, namentlich die ‚produzentendominierten (*producer-driven*) Ketten‘ und die ‚abnehmer- beziehungsweise käuferdominierten (*buyer-driven*) Ketten‘. Produzentendominierte Ketten sind traditionell in kapital- und technologieintensiven Wirtschaftszweigen (z.B. Automobil-, Chemie- oder Luftfahrtindustrie) anzutreffen, da in diesen Branchen relativ wenige Anbieter mit großer Verhandlungs- und Marktmacht (vgl. Kapitel 2.1.5) einer Vielzahl von Nachfragern mit geringem Einfluss gegenüberstehen. Der Produzent übernimmt Produktentwicklung, Endmontage und Distribution der Ware, während die arbeitsintensiven Produktionsschritte ausgelagert werden. In käuferdominierten Ketten hingegen treten vornehmlich standardisierte, teilweise arbeitsintensivere Konsumgüterproduktionen mit geringer Technologieintensität (z.B. Bekleidungsindustrie, Agrar- und Ernährungswirtschaft) auf. In dieser Governance-Ausprägung steht eine Vielzahl von Anbietern ähnlicher Güter wenigen Großabnehmern (z.B. große Einzelhandelsketten oder internationale Konsumgüterindustrien) gegenüber. Die Abnehmer verfügen über eine starke Verhandlungsposition und große Marktmacht, die es ihnen ermöglicht, ihre (Produkt- und Preis-)Vorstellungen gegenüber den Lieferanten durchzusetzen (DANNENBERG 2012: 23 f.; DANNENBERG

2007b: 44 f.; DIETSCH 2010: 29; GEREFFI et al. 2005: 99; GIESE et al. 2011: 152 ff.; HESS & YEUNG 2006: 1198; LESSMEISTER 2005: 15; RAIKES et al. 2000: 21; ZADEMACH 2009: 77).

Die Unterscheidung zwischen diesen beiden Steuerungsformen der GCCs erfolgte in Anlehnung an die Debatte im Übergang vom Fordismus zum Post-Fordismus (vgl. Kapitel 3.1). In diesem Kontext folgen produzentengesteuerte Ketten dem fordistischen Modell der Massenproduktion. Käufergesteuerte Ketten entsprechen hingegen eher dem post-fordistischen Modell der Spezialisierung (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 306). Nachfolgende Abbildung 8 enthält einen Überblick über die Machtbeziehungen in produzenten- und käuferdominierten Ketten.

Abbildung 8 - Governance-Strukturen im Konzept der GCC



Quelle: in Anlehnung an KULKE (2013: 142).

GCCs verzeichnen neben Materialfluss beziehungsweise Warenstrom (vom Produzenten über den Handel bis hin zum Verbraucher) und dem Informationsfluss auch einen Gehalt an Ansprüchen und Forderungen. Das Weitergeben von Forderungen geht vornehmlich von dem dominierenden Akteur der Kette aus. Im Kontext käuferdominierter Ketten hingegen verläuft der Warenstrom vice versa, also vom Handel über zwischengelagerte Unternehmen (z.B. Im- oder Exporteure) zum Produzenten und seinen Zulieferern (DANNENBERG 2012: 24).

Die Auffassung und das Verständnis des Governance-Begriffs innerhalb des GCC-Konzepts werden innerhalb der Wertschöpfungskettenliteratur kritisch diskutiert (vgl.

u.a. DIETSCHKE 2010: 32). Während GEREFFI bereits in seiner ersten Ausarbeitung des Ansatzes eine relativ breite Definition von Governance aufstellte und als „(...) *authority and power relationships that determine how financial, material, and human resources are allocated and flow within a chain*“ (1994: 97) beschrieb, schließen einige Autoren in der Interpretation neben den Machtverhältnissen zwischen den Unternehmen auch staatliche und gesellschaftliche Einflüsse mit ein (vgl. z.B. FUCHS 2003; KAPLINSKY 2004; KAPLINSKY & MORRIS 2001; TALBOT 2004). Allerdings präziserte GEREFFI (1994: 113) in einer frühen Weiterentwicklung der GCC-Theorie das Verständnis seiner Definition und bezieht Governance ausschließlich auf Machtstrukturen innerhalb der Kette, welche die Steuerung von Produktions- und Distributionsprozessen ermöglichen. Darüber hinaus konzeptionalisiert GEREFFI (ibid.) – quasi als Abgrenzung zu den ketteninternen Machtbeziehungen und Steuerungsprozessen – externe Einflüsse als *institutional framework*. Als Folge dieser Diskussion im Rahmen unterschiedlicher Begriffsauffassungen wird die analytische Unterscheidung zwischen Governance und institutionellem Rahmen in großen Teilen des Literaturkorpus übernommen (vgl. z.B. BAIR 2005; GIBBON et al. 2008; HUMPHREY & SCHMITZ 2004; PONTE 2007; TALLONTIRE et al. 2009).

Obwohl das GCC-Konzept (teilweise) in der Lage ist, Veränderungen in den Unternehmensbeziehungen zu erklären (BAIR 2005: 159; LESSMEISTER 2005: 16), kritisieren verschiedene Autoren die dichotome Klassifizierung als zu undifferenziert und abstrakt (z.B. DICKEN et al. 2001; HENDERSON et al. 2002: 440 f.). Vor diesem Hintergrund wird argumentiert, dass die Aspekte der Steuerung beziehungsweise deren Reduzierung auf lediglich zwei Typen von Wertschöpfungsketten der tatsächlichen Vielfalt in praxi auftretender, globaler Wertschöpfungsketten nicht gerecht wird (LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 144).

#### Global Value Chain (GVC)

Im Rahmen dieser ergänzenden Erkenntnisse wurde in einer Weiterentwicklung des GCC-Ansatzes das Konzept der ‚*Global Value Chain (GVC)*‘ konzipiert (GEREFFI et al. 2005; vgl. COE et al. 2004; DOLAN & HUMPHREY 2004; GEREFFI & FERNANDEZ-STARK 2011; GIBBON et al. 2008; HUMPHREY & SCHMITZ 2002). Während das GVC-Konzept Bezug zum Transaktionskostenansatz nimmt und diesen um netzwerktheoretische Überlegungen der Organisationssoziologie ergänzt (BAIR 2008: 341), ist – analog zum GCC-Ansatz – der Fokus auf die unterschiedlichen Koordinationsmechanismen, mittels derer die Wertschöpfungsketten gesteuert werden, gerichtet (ZADEMACH 2009: 77). Den analytischen Ausgangspunkt zur Unterscheidung unterschiedlicher GVCs bildet die Kombination unterschiedlicher Einflussfaktoren (BATHELT & GLÜCKLER 2012:

306). In diesem Zusammenhang elaborieren GEREFFI et al. (2005: 84 f.) drei Determinanten, die über die Ausprägung der (Wertschöpfungs-)Kettensteuerung entscheiden (vgl. v.a. DANNENBERG 2012: 25 f.; DIETSCH 2010: 29; ZADEMACH 2009: 77):

- ‚Wissenskomplexität‘ (*complexity*). Der Komplexitätsgrad des zu transferierenden Wissens beeinflusst die Koordination von Produkt- und Prozessparametern.
- ‚Kodifizierbarkeit‘ (*codifiability*). Unter Kodifizierbarkeit ist die Möglichkeit zu verstehen, Informationen und transferiertes Wissen zu übertragen. Wenn dies der Fall ist, sinken die transaktionsspezifischen Kosten im Kontext der Transaktionskostentheorie, so dass Wissen und Informationen effizienter (und kostengünstiger) zirkulieren können.
- ‚Kompetenzen‘ (*capability*). Hiermit sind die Fähigkeit (z.B. finanzielle und technische Ausstattung) und das Kompetenzniveau der Kettenakteure an den jeweiligen Schnittstellen der Kette und in Relation zu den Anforderungen der Transaktion gemeint.

Schließlich wird – wie gesagt, je nach Ausprägung dieser drei Determinanten – nach verschiedenen Formen der Steuerung (Governance) unterschieden. Im Gegensatz zum GCC-Konzept, welches eine stark vereinfachende Unterscheidung zwischen zwei Governance-Formen beinhaltet, weisen GVCs eine Erweiterung zu einer fünfstufigen Typologie auf. Diese Governance-Typologien unterscheiden sich hinsichtlich ‚Grad der Machtasymmetrie‘ und ‚Grad der Koordinierung‘. Zudem liegen zwischen den beiden Extremen rein ‚marktlicher‘ beziehungsweise ‚hierarchischer Organisation‘ im Kontext vertikal integrierter Unternehmen die Ausprägungen ‚modularer‘, ‚relationaler‘ und ‚gebundener Wertschöpfungsbeziehungen‘ (GEREFFI et al. 2005: 83 ff.; vgl. v.a. DANNENBERG 2012: 26 f.; DIETSCH 2010: 30 f.; GIESE et al. 2011: 161; KRÜGER 2007: 53 f.; SCHAMP 2008: 8; ZADEMACH 2009: 77 f.):

- ‚Marktbasierte Wertschöpfungsketten‘. Bei dieser Typologie handelt es sich um weitgehend standardisierte Produkte und Informationen (z.B. Gebrauchsartikel oder Agrarprodukte), die wenig komplex und dadurch leicht kodifizierbar sind. Sie entsteht, wenn Käuferunternehmen und Produzenten ihre Transaktionen vor-

nehmlich über Preise und flexible Bindungen<sup>24</sup> organisieren (klassischer Außenhandel), was folglich eine geringfügige Koordination durch den Käufer nach sich zieht. Nicht zuletzt im Kontext hoher Kompetenzniveaus – bei gleichzeitig geringer Komplexität und hoher Kodifizierbarkeit der ausgetauschten Information – können die Zulieferer (Produzenten) mit geringem Aufwand eigenständig fertigen. In dieser Steuerungsform sind Machtasymmetrien am geringsten beziehungsweise quasi nicht existent.

- ‚Modulare Wertschöpfungsketten‘ (*modular value chains*). Hierbei verfügen große Modulhersteller über das vollständige (technische und kaufmännisch-organisatorische) Wissen für die Produktion kundenspezifischer, komplexer und zugleich konsumfertiger Massengüter. Es überwiegen demnach komplexe Produkte, die wegen ihrer modularen Bauweise leicht kodifizierbare Spezifikationen beinhalten. Die (Komponenten-)Produktion erfolgt nach Vorgabe der Käufer, allerdings in vollständiger Eigenverantwortung des Zulieferers. Ergo sind die Produzenten aufgrund eigener Fertigungskompetenzen und –technologien vermeintlich autonom, so dass der Grad an Koordinierung und Kontrolle gering ist und verminderte transaktionsspezifische Investitionen auftreten. Dies führt wiederum zu geringen Kosten im Falle eines Lieferanten- oder Abnehmerwechsels. Im Vergleich zu marktbasierten Wertschöpfungsketten, in denen sich die Nachfrage anhand des Angebotspreises regelt, steht am Ende jeder modularen Kette ein (oder mehrere) ‚fokales Unternehmen‘ (*lead firm*), welches die insgesamt komplexeren Wertschöpfungsschritte steuert.
- ‚Relationale Wertschöpfungsketten‘ (*relational value chains*). In dieser Konfiguration werden ebenfalls komplexe Produkte gefertigt, deren Spezifikationen jedoch nur in geringem Maße kodifizierbar sind. Aus diesem Grund sind der Austausch und die Weitergabe von Erfahrungswissen (*tacit knowledge*) in persönlicher Weise von großer Bedeutung. Während die relationalen Beziehungen dieser Governance-Ausprägung von gegenseitigen Abhängigkeiten geprägt sind, basiert die gesamte Organisation letztlich auf einem vertrauensvollen Umgang zwischen den Geschäftspartnern, welcher in soziale Netzwerke eingebettet ist und durch räumliche Nähe begünstigt werden kann. Zwar steuert auch hier die *lead firm* durch Informationen und Kontrolle die Kette, allerdings ist sie zur weiteren Koordinierung auf den Systemlieferanten und dessen Kompetenzniveau angewiesen. Insofern

---

<sup>24</sup> In dieser Transaktionskonstellation sind prinzipiell auch länger anhaltende Formen der Zusammenarbeit denkbar. Allerdings sind derartige Bindungen eher von niedrigen beziehungsspezifischen Kosten bei einem Wechsel der Transaktionspartner geprägt (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 307).

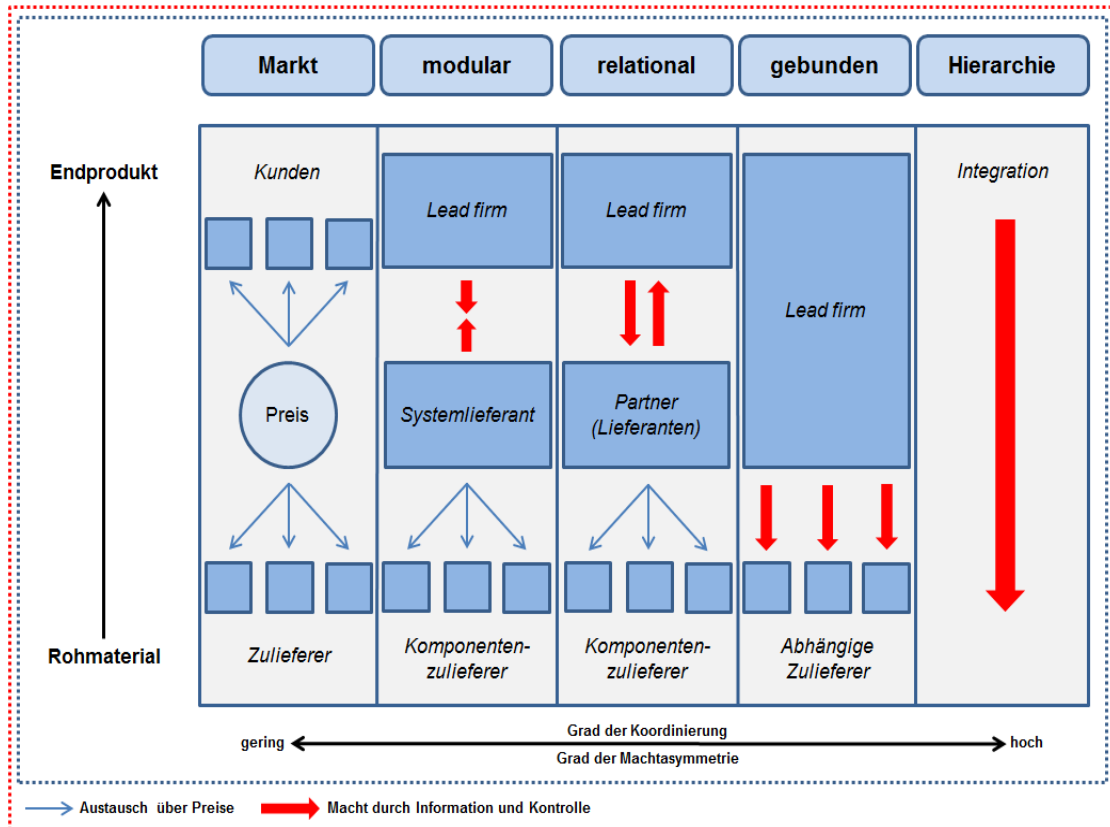
ist das Machtgefüge relativ ausgeglichen, wobei dies zugleich Fragen über die Stabilität und Kontinuität dieser Typologie aufwirft, sofern unterschiedliche Machtansprüche und opportunistisches Verhalten aller beteiligten Akteure unterstellt werden (vgl. Kapitel 3.1, S. 41 – Transaktionskostenansatz).

- ‚Gebundene Wertschöpfungsketten‘ (*captive value chains*). Sie sind dadurch gekennzeichnet, dass (zumeist kleinere) Produzenten in langfristigen und abhängigen Lieferbeziehungen mit mächtigen Käuferunternehmen (*lead firms*) stehen. Somit ist diese Ausprägung von asymmetrischen Machtverhältnissen charakterisiert.
- ‚Hierarchische Wertschöpfungsketten‘ (*hierarchical value chains*). Diese Ausprägung liegt vor, wenn einzelne Unternehmen im Zuge einer stark vertikalen Integration nahezu die gesamte Kette abdecken. Die Produktionsorganisation ist so geartet, dass die gesamte Wertschöpfung von divisional beziehungsweise regional gegliederten Koordinationsstandorten intern gesteuert wird. Der Koordinierungsgrad sowie die Ausprägung der Machtasymmetrie sind in dieser Typologie am markantesten.

Die verschiedenen Steuerungsformen im Kontext des GVC-Konzepts werden in Abbildung 9 grafisch verdeutlicht.



Abbildung 9 - Steuerungsformen im Konzept der GVC



Quelle: in Anlehnung an GEREFFI et al. (2005: 89).

Der GVC-Ansatz hat seit seiner Implementierung breite empirische Anwendung gefunden (vgl. z.B. BARHAM et al. 2007; DOLAN & HUMPHREY 2004; PONTE 2002; DÖRRY 2008). In diesem Kontext bringen Untersuchungen zu GVCs sogenannte *Upgrading*-Strategien hervor, welche die Aufwertung und Verbesserung von Wertschöpfungspositionen ermöglichen sollen (HUMPHREY & SCHMITZ 2002; SCHAMP 2008). Da nicht selten entwicklungsökonomische Interessen und räumliche Disparitäten im Hintergrund dieser Arbeiten stehen (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 308), sind sie im Kontext der vorliegenden Arbeit von untergeordneter Relevanz und finden lediglich kurze Nennung. Nichtsdestotrotz konstatieren GEREFFI und FERNANDEZ-STARK (2011: 10), dass es zwischen den unterschiedlichen Stufen von Wertschöpfungsketten durchaus zu Machtverschiebungen kommen kann.

Der GVC-Ansatz hat sich als Analyserahmen im Kontext globaler Produktionsorganisation insofern bewährt, als dass er „(...) in besonderer Weise die Auswirkungen von Machtasymmetrien auf die Organisation der globalen Arbeitsteilung und die Koordination der Transaktionen entlang einer Wertschöpfungskette aufzeigt“ (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 309). In Anlehnung an LIEFNER und SCHÄTZL (2012: 146 f.) lassen sich fünf Vorzüge nennen: Erstens bietet der Ansatz eine eingängige, produktorien-

tierte Perspektive, welche eine bessere Abgrenzung des betrachteten Firmennetzwerks ermöglicht. Zweitens werden die Unternehmensbereiche ‚Logistik‘ und ‚Handel‘ mit aufgegriffen und analysiert. Drittens lässt das Konzept eine leichte Verbindung mit den Begriffen ‚Kernkompetenz‘ und ‚Outsourcing‘ zu. Diese ist vor allem im Zuge von Internalisierungs- beziehungsweise Externalisierungsüberlegungen innerhalb der Netzwerk-Theorie von großer Bedeutung. Viertens lässt der Ansatz die Verbindung zwischen ‚Problemen der Steuerung‘, der ‚räumlichen Ausdehnung‘ und der ‚dynamischen Fortentwicklung‘ zu. Fünftens wird der Fokus von einer (ganzheitlichen) räumlichen Verortung der Produktion auf eine räumliche Verortung von Teilaktivitäten gelegt.

Trotz dieser zahlreichen Vorzüge und umfassender sowie hochfrequentierter Rezipierung ist der GVC-Ansatz zahlreicher Kritik ausgesetzt (vgl. u.a. LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 147). So wird zunächst beanstandet, dass das Konzept weder Erklärungen für Netzwerkentwicklungen beinhaltet noch Prognosen ermöglicht (KULKE 2009: 137). Darüber hinaus werden die angeführten Typologien, die einen Schwerpunkt der konzeptionellen Literatur zu Wertschöpfungsketten bilden, als fragwürdig erachtet (HENDERSON et al. 2002: 441). Auch wird in diesem Zusammenhang der implizite Analysefokus auf dominierende Unternehmen und deren primäre Zulieferer unter (weitgehender) Vernachlässigung anderer Unternehmen kritisiert (GEREFFI et al. 2005: 98). Allerdings liegt die Vermutung nahe, dass der analytische Fokus der GVC-Theorie bewusst auf dyadische Koordinationsformen und insbesondere auf die Beziehung zwischen Käufer und direkten Zulieferern (*first tier supplier*) gelegt wurde (BAIR 2008: 353). Denn im Vergleich zum GCC-Konzept verengt sich die Bedeutung von Governance noch weiter und bezieht sich auf die konkreten Koordinationsmechanismen der Kettensteuerung (DIETSCHKE 2010: 32). Insofern zielt die Bedeutung der Governance im GVC-Konzept weitestgehend in Richtung anderer Autoren, die die Begriffe „*inter-firm governance*“ (COE & HESS 2007) beziehungsweise „*industrial governance*“ (GEREFFI & MAYER 2006: 41) präferieren. HESS und YEUNG (2006: 1196) kritisieren den Ansatz hinsichtlich der Governance-Überlegungen dahingehend, dass der starke Analysefokus auf Governance-Aspekte andere Kategorien wie ‚Territorialität‘ und ‚institutionelle Rahmenbedingungen‘ vernachlässigt. So zielt der Ansatz vornehmlich auf die Erfassung der linearen Organisation mit einer engen Fokussierung auf reine Unternehmensbeziehungen ab (COE & HESS 2011: 130), ohne die beeinflussenden Faktoren für die Entstehung und den Wandel von produktbezogenen Netzwerken zu berücksichtigen (GEREFFI et al. 2005: 92; HENDERSON et al. 2002: 441). STURGEON et al. (2008: 302) argumentieren hingegen, dass das GVC-Konzept durchaus

netzwerkartige Beziehungen einschließt und die Verwendung des ‚Ketten‘-Begriffs zum besseren Verständnis und in rein metaphorischer Weise verwendet wird.

Es ist zu konstatieren, dass die unterschiedlichen Steuerungs- und Koordinationsformen der Wertschöpfungsketten innerhalb der GVC-Literatur vornehmlich mit internen Faktoren (z.B. Art der Transaktionen, Kompetenz der Netzwerkunternehmen oder Einflüsse auf vor- und nachgelagerte Akteure) begründet werden. Durch diese Vorgehensweise gelingt es, den analytischen Fokus zu schärfen und eine Typisierung konkreter Steuerungsmechanismen vorzunehmen. Externe Gegebenheiten hingegen (z.B. politische Regulierung, Arbeitsmarkt, sozio-kulturelle Praktiken und Anforderungen), die als übergreifende Steuerung organisatorische und operationale Parameter für die gesamte Kette festlegen, werden als mögliche Einflüsse zwar konzeptionell erwähnt, erscheinen allerdings gegenüber den internen Faktoren untergeordnet und geraten aus dem Blickfeld (BAIR 2008: 353 f.; DIETSCH 2010: 32; ZADEMACH 2009: 78).

### **3.2.3 Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke (GPN)**

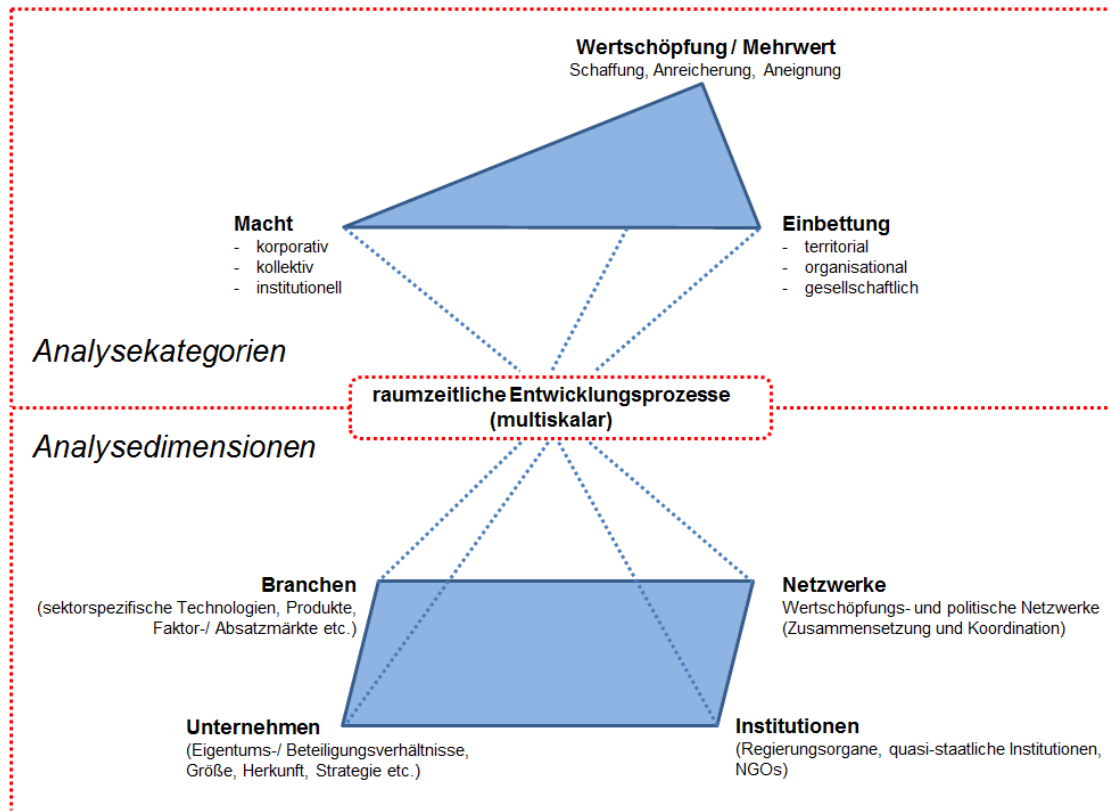
Die unterschiedlichen Ansätze zu Wertschöpfungsketten (vgl. Kapitel 3.2.2) werden insbesondere von Vertretern der wirtschaftsgeographischen Forschung als *„(...) zu stark vereinfachend, zu sehr auf Wertschöpfungsbeziehungen fokussiert, als einseitig linear im Wertschöpfungsablauf und als zu wenig raumbezogen kritisiert“* (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 309). Daraufhin erarbeiteten Vertreter der sogenannten ‚Manchester School‘ mit dem Ansatz der ‚Global Production Networks (GPN)‘ eine weitreichendere Möglichkeit zur Analyse von Produktionsorganisation im globalen Kontext (vgl. v.a. COE 2004; COE 2009; COE 2012; COE et al. 2008; COE et al. 2004; COE & HESS 2007; COE & LEE 2005; COE & YEUNG 2015; HENDERSON 2005; HENDERSON et al. 2002; HESS & YEUNG 2006) und versuchten somit, den geäußerten Kritikpunkten alternativer Ansätze zu begegnen. Zunächst verweist die Nomenklatur des Ansatzes durch die Wahl des Begriffs ‚Network‘ anstelle von ‚Chain‘ darauf, dass es nicht um die vorrangige Berücksichtigung vertikaler und linearer Produktionsprozesse geht, sondern um die Einbeziehung aller vertikalen, horizontalen und diagonalen Verbindungen. Insofern gilt mit diesem Ansatz die lineare beziehungsweise vertikale Struktur bisheriger Theorien als endgültig überwunden (ZADEMACH 2009: 79). Das Konzept bietet eine größere Allgemeingültigkeit, indem jede Produktionsstufe in breitere nicht-lineare Verbindungen und Beziehungen jedweder Richtung eingebettet ist und dadurch ein komplexes, multidimensionales Netzwerk entsteht. Im Vergleich zu den vorangestellten Konzepten versucht der GPN-Ansatz, ökonomisches Handeln aus einer explizit relationalen Perspektive zu analysieren und erweitert diese über die reinen Markt-

transaktionen hinaus. Denn neben den Beziehungen zwischen den Unternehmen ist jedes Produktionsnetzwerk auch von breiteren Strukturen, bestehend aus Institutionen und Akteuren aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik, geprägt. Während durch diese Erweiterung der ursprüngliche Produktionsbegriff differenziert zu verstehen ist, beeinflusst das Zusammenspiel und die Gesamtheit dieser Institutionen und Akteure jedes GPN (DANNENBERG 2012: 32 ff.; GIESE et al. 2011: 165; GRUNDLACH 2011; HUDSON 2008: 421 ff.; STAMM 2004: 15 f.; ZADEMACH 2009: 79).

Die Urheber des Ansatzes definieren den Charakter globaler Produktionsnetzwerke *„(...) as the globally organized nexus of interconnected functions and operations by firms and non-firm institutions through which goods and services are produced and distributed“* (COE et al. 2004: 471). HUDSON gibt eine Definition vor, welche die Breite dieses multiskalaren Ansatzes in umfassenderer Weise beschreibt (2008: 422): *„GPNs can be seen as constituted via a variety of flows (of capital in various forms such as commodities and money, knowledge and people) between a variety of nodes, sites and spaces (of production, exchange and consumption), with varying governance arrangements, both multi-scalar (supra-national, national, regional and urban) and non-scalar networked forms of governance. As these are Global (Hervorhebung i.O.) Production Networks these nodes and flows linking them are, by definition, distributed around the globe, albeit unevenly.“*

Das Hauptziel des GPN-Ansatzes besteht darin, die netzwerkartigen Governance-Formen innerhalb von globalen Produktions- und Austauschprozessen zu analysieren. Neben unternehmensübergreifenden Koordinationsformen liegt der Fokus vor allem in der Erfassung weiterer relevanter Akteure, wie beispielsweise dem Staat, Gewerkschaften, NGOs und anderen zivilgesellschaftlichen Einheiten. Dabei versucht der Ansatz in Anbetracht sich wandelnder Rahmenbedingungen (im lokalen und globalen Maßstab) zu verstehen, welche Konsequenzen unterschiedliche Regulierungs- und Austauschprozesse für die ökonomische Entwicklung von Regionen und das Verhalten darin eingebetteter Netzwerkakteure haben (COE et al. 2008b: 271 ff.; COE & HESS 2011: 130 f.). Das GPN-Konzept ist von einem Analyseschema gekennzeichnet, dessen Bezugsrahmen von drei konzeptionellen Kategorien („Analysekategorien“) und vier analytischen Dimensionen („Analysedimensionen“) abgegrenzt ist (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10 - Analyserahmen im Konzept der GPN



Quelle: in Anlehnung an ZADEMACH (2009: 81).

Die drei Analyseebenen ‚Wertschöpfung‘, ‚Macht‘ und ‚Einbettung‘ stehen im Mittelpunkt der GPN-Überlegungen und sind zugleich als Grundelemente in der Architektur und Konfiguration eines (globalen) Produktionsnetzwerks zu sehen (COE et al. 2008b: 271 ff.; COE & HESS 2011: 133; DANNENBERG 2012: 32 ff.; GIESE et al. 2011: 165 ff.; HENDERSON et al. 2002: 448 f.; YANG 2010: 48 ff.; ZADEMACH 2009: 80 f.):

- ‚Wertschöpfung‘ (*value creation*). In GPNs bestimmen Arbeits- und Produktionsbedingungen, welche von technologischen, organisatorischen, politisch-institutionellen und beziehungsspezifischen (sozialen) Parametern beeinflusst werden, auf welche Weise zunächst Werte erstellt (*value creation*), gesteigert (*value enhancement* – z.B. durch Wissens- und Technologietransfer oder durch eigene Entwicklung) oder gehalten (*value capture*) werden können. Somit ist der Wertbegriff im Vergleich zu den Wertschöpfungsketten-Ansätzen (vgl. Kapitel 3.2.2) weiter gefasst und schließt neben den Input-Output-Relationen auch Verteilung, Sicherung und Übertragung von Mehrwerten ein.
- ‚Macht‘ (*power*). Der Machtbegriff ist insofern als wesentliches Element der GPN-Forschung anzusehen, als dass ein umfassendes Wissen über die Macht-

beziehungen direkte Rückschlüsse auf Koordinations- und Steuerungsprozesse in Netzwerken geben kann. Das GPN-Konzept unterscheidet drei unterschiedliche Formen der Machtausübung: *Lead firms* und andere machtvolle Unternehmen üben ‚unternehmerische Macht‘ (*corporate power*) gegenüber anderen Netzwerkunternehmen aus, indem sie eigene Konditionen und Kontrollen gegen Lieferanten und Händler durchsetzen können. ‚Institutionelle Macht‘ (*institutional power*) bezieht sich auf staatliche und politische Akteure – zum Beispiel nationale Regierungen, Aufsichtsbehörden, internationale Ratingagenturen oder Handelsorganisationen. Diese Gruppierung genießt eine Machtstellung durch das Vermögen, Standards zu setzen sowie Regulierungen einzuführen und nimmt so erheblichen Einfluss auf die Allokation von Ressourcen. Schließlich nehmen unter dem Synonym ‚kollektive Macht‘ (*collective power*) Interessengruppen und zivilgesellschaftliche Zusammenschlüsse, wie Gewerkschaften und NGOs, (regionale) Wirtschafts- und Branchenverbände oder Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen, Einfluss auf unterschiedliche Akteure, Institutionen und Unternehmen eines Produktionsnetzwerks. Es ist zu konstatieren, dass die Machtkonstellation, also die Verteilung der Macht, innerhalb von GPNs fast immer asymmetrisch ist, da sie weitestgehend von der Ressourcenallokation aller Netzwerkunternehmen und –institutionen abhängt. Darüber hinaus ist es von erheblicher Bedeutung, von wem die Macht ausgeht und in welcher Form sie existiert, da sie für die Entwicklung und den Erfolg jedes GPNs entscheidend ist. Im Kontext des vorangestellten Elements ‚Wertschöpfung‘ ist eine mächtige Position innerhalb eines Netzwerks für jeden Akteur ein Garant für die Sicherung von Mehrwerten. Nicht zuletzt aus diesem Grund lassen sich GPNs als umkämpfte Organisationseinheiten charakterisieren, „(...) *in which actors struggle over the construction of economic relationships. Governance structures, institutional rules, and discursive frames*“ (LEVY 2008: 944).

- ‚Einbettung‘ (*embeddedness*). Dieses Grundelement legt seinen analytischen Fokus auf territoriale, organisationale und gesellschaftliche (sozio-kulturelle) Rahmenbedingungen. Denn alle beteiligten Akteure eines GPNs sind in derartige Kontexte eingebunden, die Strategien, Ziele und Erwartungen prägen und sich

damit auch auf die Stabilität eines GPNs auswirken können<sup>25</sup>. Der GPN-Ansatz unterscheidet zwischen zwei unterschiedlichen Formen von *embeddedness*: Einerseits ist jedes Unternehmen in globale Wertschöpfungsabläufe eingebunden (*network embeddedness*). Auf der anderen Seite ist jedes Unternehmen am entsprechenden Standort integriert und somit Bestandteil politischer, gesellschaftlicher (sozio-kultureller) und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen – und dies auf lokaler und nationaler Ebene (*territorial embeddedness*).

Diese drei Analysekatoren finden ihre Ausgestaltung im Handeln der Akteursgruppen (Unternehmen und Institutionen) und den dazugehörigen, spezifischen Strukturen (Branchen, Netzwerken), in die jeder Akteur eingebettet ist (Analysedimension). In diesem Zusammenhang verantworten die Handlungen und Interaktionsmuster der Akteursgruppen sowohl Zusammensetzung als auch Entwicklung des GPNs, Verteilung der Wertschöpfungsschritte sowie anhaftender Machtverhältnisse, Ausmaß der Einbettung (lokales Gefüge, Gesamt- oder Teilstruktur des Netzwerks) und letztlich die Auswirkungen auf wirtschaftliche, soziale und regionale Entwicklungsprozesse. Dementsprechend wird deutlich, dass nicht lediglich eine Branche, ein Unternehmen, eine Institution, die Angebots- oder Nachfrageseite oder gar eine Region den Ausgangspunkt der Untersuchung bildet, sondern vielmehr die interdependenten Zusammenhänge dieser Einheiten untereinander (ZADEMACH 2009: 81 f.).

Der GPN-Ansatz stellt zweifelsohne eine heuristisch plausible Erweiterung vorangestellter Wertschöpfungskettenansätze (vgl. Kapitel 3.2.2) dar, weil er in der Lage ist, Beziehungen und (Governance-)Strukturen zwischen Produktionsnetzen und unterschiedlichen Branchen in analytischer Weise zu ordnen. So wird im Gegensatz zu einfachen, linearen Typologien unter einer stärkeren Bezugnahme externer Faktoren vornehmlich der relationale und zugleich kontingente Charakter von (globalen) Produktionsnetzwerken erfasst (BRAUN & SCHULZ 2012: 216; ZADEMACH 2009: 82). Insofern erlaubt es das GPN-Konzept „(...) *gleichzeitig das Verhältnis zwischen Unternehmen und ihren Interessenvertretungen einerseits und staatlichen Institutionen und politischen Entscheidungsprozessen andererseits zu betrachten und integriert diese Beziehungen als endogene Größen*“ (ZADEMACH 2009: 82). BATHELT und GLÜCKLER (2012: 309) konstatieren unter Berücksichtigung unterschiedlicher empirischer Arbei-

---

<sup>25</sup> Neben der Abgrenzung zu den vorangegangenen (Wertschöpfungs-)Kettenansätzen verweist der GPN-Ansatz unter Bezugnahme der *Embeddedness*-Kategorie auf einen wesentlichen Ansatz zur Erklärung des Erfolgs von Netzwerken und für die Beweggründe der Netzwerkbildung. Für eine ausführliche Diskussion des *Embeddedness*-Begriffs nach GRANOVETTER (1985) sei an dieser Stelle neben der Originalliteratur auch auf GLÜCKLER (2001) verwiesen.

ten (vgl. z.B. GELLERT 2003; KULKE 2007), dass die Einbeziehung der politischen Arena und der Interaktion mächtiger Unternehmen mit staatlichen Autoritäten durchaus Potenzial hat und zielführend ist, insbesondere dann, wenn die Analyse von Machtverhältnissen innerhalb globaler Produktionsorganisation angestrebt wird. Allerdings wird die mit dem Gedanken der Wertschöpfungskette verbundene und leicht nachvollziehbare Vereinfachung der Realität zunehmend vernetzter Produktion aufgegeben (LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 147). Während die konzeptionelle Berücksichtigung externer Gegebenheiten ein ganzheitlicheres, umfassenderes Bild globaler Produktionszusammenhänge erzeugt, birgt der höhere Komplexitätsgrad des Ansatzes die Gefahr eines Verlusts an analytischer Schärfe und eingeschränkter Operationalisierbarkeit (ibid.). In diesem Zusammenhang attestieren unterschiedliche empirische Umsetzungen (z.B. COE et al. 2004; FRANZ & HASSLER 2008; HESS & COE 2006; ZADEMACH et al. 2006) eine Überkomplexität, welche einen vornehmlich deskriptiven Charakter erzeugt und das Ableiten von Typisierungen und konkreter Modelle erheblich einschränkt. Eine eingehende Analyse der gegenwärtigen wirtschaftsgeographischen Literatur offenbart – ähnlich wie auch BATHELT und GLÜCKLER (2012: 310) die Machtasymmetrien in ihrer Beziehung zu Koordinations- und Steuerungsstrukturen (governance) als empirisch nicht aufgeklärt erachten – ein äußerst diffuses Verständnis des Machtbegriffs. Demnach vermitteln unterschiedliche Arbeiten und Studien fast durchgehend den Anschein, das Machtphänomen als ‚*Black-Box-Begriff*‘ zu verstehen, da im seltensten Fall eine begriffliche Aufarbeitung des Terminus Macht erfolgte. Zudem werden in den meisten Fällen quasi-hierarchische Beziehungen zwischen zwei ungleichen (Handels-)Partnern untersucht. Diese sind dadurch gekennzeichnet, dass der vermeintlich mächtige Akteur (meist aus einer westlichen Industrienation stammend) seine Machtposition – beispielsweise hinsichtlich Preisstrategien oder dem Setzen von Standards – gegenüber dem schwächeren (meist aus Schwellen- und/oder Entwicklungsländern stammend) ausnutzt, die weitere Zusammenarbeit gemäß der eigenen Vorstellungen gestaltet und dies erhebliche Auswirkungen auf die lokale Produktionsorganisation hat (vgl. z.B. CHALLIES & MURRAY 2011; DICKEN 2003; GIBBON 2008; KRONE & DANNENBERG 2013). Insgesamt belegen viele empirische Arbeiten, dass etwa der Einfluss staatlicher Politik auf ökonomische Verflechtungsstrukturen unter Bezugnahme des GPN-Ansatzes hinreichend untersucht werden kann. Allerdings wird in diesem Zusammenhang auch die empirische Herausforderung deutlich, die komplexe institutionelle Dimension adäquat und in systematischer Weise in die Untersuchung wirtschaftlicher Zusammenhänge einzubeziehen (BRAUN & SCHULZ 2012: 216).



### 3.3 Zwischenfazit und kritische Würdigung

Die Auseinandersetzung mit Produktionskonfigurationen und deren Organisation im Raum hat in der Geographie zu intensiven Theoriediskussionen geführt. Vor diesem Hintergrund entwickelte sich im Laufe der vergangenen Jahrzehnte innerhalb der wirtschaftsgeographischen Forschung ein Literaturkorpus, der sich zunehmend mit Ketten- oder Netzwerkansätzen beschäftigt (FISCHER et al. 2010: 12; SCHAMP 2000: 26 f.). In diesem Kapitel wurden unterschiedliche wirtschaftsgeographische Konzepte vorgestellt und diskutiert, welche die Entwicklung von zunächst rein linearen (oder vertikalen) hin zu netzwerkartigen Betrachtungsweisen aufzeigen. Dabei wird deutlich, dass Unternehmen Bestandteile von Strukturen und Produktionssystemen sind, deren Wirkungsrahmen sich über unterschiedliche räumliche Maßstabebenen – zwischen Regionalisierung und Globalisierung – erstrecken.

Zweifelsohne erfahren die dependenz- und weltstheoretisch motivierten Ansätze in der Wirtschaftsgeographie die weitaus größere Aufmerksamkeit<sup>26</sup> (LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 142). Gegenwärtig werden bei der Untersuchung von Produktions- und Internationalisierungsprozessen vor allem zwei theoretische Zugänge, namentlich der Ansatz der ‚Global Value Chain‘ (GVC) sowie der ‚Global Production Networks‘ (GPN), diskutiert.

Wichtig zu erwähnen ist, dass die begriffliche Konnotation ‚global‘ in der konzeptionellen Ausprägung dieser Ansätze nicht zwangsläufig die räumlich-geographische Vernetzung im globalen Maßstab bedeuten muss. Vielmehr verweist sie auf die funktionale Integration zwischen den fragmentierten Einheiten (HENDERSON et al. 2002: 445). Denn globale Produktionsnetzwerke sind keine statischen Gebilde, sondern befinden sich in einem ständigen organisatorischen wie geographischen Wandel (auf lokaler und globaler Ebene), in dem Ein- und Austritte diverser Akteure im Produktionsnetzwerk sowie unterschiedliche Strategien der Akteure zur Transformation der Strukturen beitragen (YEUNG & COE 2015: 30 ff.).

Auch im Hinblick auf die Machtverhältnisse wird deutlich, dass diese ebenfalls in Strukturen von der lokalen bis hin zur globalen Ebene eingebettet sind und daher als „*new geometries of power, the shifting geographies of power-relations*“ (MASSEY 2005: 85) bezeichnet werden. Denn in Anbetracht dieser Perspektive ‚wirkt‘ Globalisierung, indem lokale Kontexte in globale Netzwerke von Produktion und Machtbeziehungen eingeflochten werden (MATTISSEK 2014: 47).

---

<sup>26</sup> Es haben sich bis heute drei belastbare Erklärungsansätze herauskristallisiert: Die Ansätze der ‚Global Commodity Chain‘ (GCC), der ‚Global Value Chain‘ (GVC) und der ‚Global Production Networks‘ (GPN).

*“Power is no object or thing, which can move in space or cross places. Rather, power has to be considered as a relational effect of social interaction“ (ALLEN 2003: 2).*

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit bilden sowohl das GVC- als auch das GPN-Konzept das theoretische Grundgerüst. Für eine Kombination aus beiden Konzepten sprechen im Wesentlichen folgende Gründe: Zunächst ist vor allem der GVC-Ansatz in der Lage, die Beziehung zwischen Unternehmen und die daraus resultierende Machtkonstellation zu analysieren und abzubilden. Er vermittelt insbesondere aufgrund einer differenzierten Typologisierung (vgl. Abbildung 9, S. 65) ein umfassendes Verständnis der Machtstrukturen, wenn vornehmlich die Beziehungen und Koordinationsmechanismen zwischen zentralen Unternehmen und Zulieferern im Fokus einer Analyse stehen. Das GPN-Konzept hingegen bezieht weitreichendere Einflüsse und Machtdimensionen innerhalb unterschiedlicher Netzwerkkonfigurationen mit ein, indem es auch die institutionellen (z.B. Kammern, Verbände, politische Fachresorts usw.), politischen und zivilgesellschaftlichen Akteure (z.B. NGOs oder Bürgerinitiativen) erfasst. Diese Ausprägung ist insofern von großer Bedeutung, als dass gerade im Lebensmittelsektor der Handlungsspielraum der direkt an der Produktion beteiligten Akteure – sprich der Unternehmen – beispielsweise durch EU-Richtlinien, Qualitätsregulierungen, NGO-Kampagnen oder kritischen Medienberichten – eingeeengt wird. Insgesamt stehen die Wechselbeziehungen zwischen den Netzwerkmitgliedern und dem Raum, in dem sie eingebettet sind und den sie durch Interaktion aufspannen, stärker im Mittelpunkt, als bei anderen, vorangegangenen Konzepten. Deswegen verstehen unterschiedliche Autoren (vgl. z.B. HESS & YEUNG 2006: 1196; YEUNG 2005: 40 ff.) die GVC- und vor allem die GPN-Heuristik als Beispiel relationaler Wirtschaftsgeographien nach BATHELT und GLÜCKLER (2012: 26 ff.).

## 4 Methodische Vorgehensweise und Forschungsdesign

Den Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit bildet zunächst die Frage, wie die Beziehungsstruktur der direkt und indirekt im Wertschöpfungsprozess der Schweinefleischproduktion beteiligten Akteure in räumlich-organisatorischer Hinsicht gestaltet ist und welche bi- und multilateralen Machtkonstellationen sich daraus ergeben. Um die Beziehungen zwischen den Akteuren zu analysieren und strukturell zu erfassen, werden im folgenden Kapitel die methodische Vorgehensweise und das Forschungsdesign dieser Arbeit erläutert.

Im Rahmen dieser Untersuchung wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt. Die qualitative Datenerhebung dient der Untersuchung sozialer Zusammenhänge und kennzeichnet die „(...) *Gegenstandsangemessenheit von Methoden und Theorien, der Berücksichtigung und Analyse unterschiedlicher Perspektiven sowie der Reflexion des Forschers über die Forschung als Teil der Erkenntnis*“ (FLICK 2011: 26). Der zu untersuchende Gegenstand wird nicht in einzelne Variablen zerlegt, sondern in der Ganzheit und Komplexität seines alltäglichen Kontexts erforscht. Aus diesem Grund ist das definierte Untersuchungsfeld das Handeln und das Interagieren der Subjekte im Alltag und keine nachgebildete Situation im Labor (ibid.: 27).

Im Gegensatz zur quantitativen Forschung ist die Kommunikation zwischen dem Forscher und den Interviewpartnern eine zentrale Methode und Bestandteil der Erkenntnis. Vor diesem Hintergrund wird die Subjektivität zu einem wichtigen Element innerhalb des Forschungsprozesses. Betrachtet man Menschen und Individuen aus konstruktivistischer und hermeneutischer Sicht, begreifen und beschreiben sie Dinge, Handlungen und Zusammenhänge ausschließlich subjektiv, das bedeutet aus *ihrer* biographischen, gesellschaftlichen und kulturell geprägten Sicht (FLICK 2011: 28 f.; SCHIRMER 2009: 76 f.).

## 4.1 Datenerhebung mittels leitfragengestützter Experteninterviews

In methodischer Hinsicht greift die vorliegende empirische Untersuchung auf leitfadengestützte Experteninterviews zurück<sup>27</sup>. Diese Methode hat sich im Rahmen qualitativer Forschungskonzeptionen in vielfacher Hinsicht bewährt: Obwohl sie den Befragten in bewusster Weise durch ein Grundgerüst von Leitfragen steuert, gibt sie ihnen immer noch die Möglichkeit, frei und subjektiv zu antworten (FLICK 2010: 210; MAYRING 2002: 67). Die Strukturierung leitfragengestützter Interviews sollte nicht zu einer Beeinträchtigung des Gesprächs und zu einer unzureichenden Berücksichtigung inhaltlicher Schwerpunktsetzungen durch die Befragten führen. Aus diesem Grund gestaltet sich auch die Reihenfolge der bewusst nicht suggestiv zu stellenden Fragen sehr flexibel und ergibt sich oftmals erst anhand der Aussagen der Befragten selbst (ATTESLANDER 2006: 125; KELLE & KLUGE 2010: 66; LAMNEK 2005: 367). Diese Offenheit gilt als zentrales Element leitfragengestützter Untersuchungen, da im Vorfeld der Befragung vielleicht unberücksichtigte Faktoren und Zusammenhänge im Zuge des Forschungsprozesses erst in den Fokus rücken und insbesondere bei der Verknüpfung von ‚Deduktion‘ (Theorie) und ‚Induktion‘ (Empirie) berücksichtigt werden (KELLE 2008: 23 ff.; LAMNEK 2005: 368; MAYER 2008: 37; MAYRING 2002: 66 f.). Einerseits sollte der Leitfaden so gestaltet sein, dass er dem Experten die Möglichkeit lässt, sich umfassend und individuell zu äußern. Andererseits sollte dem Experten durch exakte und fundierte Fragen ein kompetenter Eindruck vom Interviewer vermittelt werden (MEUSER & NAGEL 1991: 452 ff.).

Der Vorteil leitfragengestützter Interviews besteht darin, dass das Gespräch durch die offene Gesprächsführung auf neue Gesichtspunkte gerichtet und das gesamte Interview erweitert werden kann. Während durch die Eröffnung freier Antwortspielräume die Möglichkeit erhöht wird, tiefere Einblicke in die Erfahrungshintergründe des Befragten zu erlangen, bietet die Leitfadenenwicklung im Sinne einer flexiblen Anwendung genügend Spielraum, um auf bestimmte Antworten gegebenenfalls direkt einzugehen. Letzteres ermöglicht es, subjektive Deutungsmuster und Problemzusammenhänge besser zu erfassen. Darüber hinaus wird durch den Einsatz eines Leitfadens die Vergleichbarkeit der Antworten, die Relevanz und die Aussagekraft unterschiedlicher Interviews gesteigert. So wird eine übersichtlichere Struktur erreicht und

---

<sup>27</sup> Leitfadengestützte Experteninterviews oder auch Problemzentrierte Interviews gehören zu den teilstandardisierten Interviews. Sie besitzen einen offenen und halbstrukturierten Aufbau (vgl. z.B. BÖTTGER 1996: 145; FLICK 2010: 210; HOPF 1995: 177; MAYRING 2002: 67).

es ist sichergestellt, dass im Rahmen der Interviews keine Forschungsfragen unbearbeitet bleiben (BOGNER & MENZ 2005: 33 ff.; BÖTTGER 1996: 146; FLICK 2009; KELLE & KLUGE 2010: 66; LAMNEK 2005: 367; MAYRING 2002: 67; SCHNELL et al. 1999: 355). In der Regel ist die Ausrichtung des Interviews ‚problemzentriert‘, so dass bereits im Vorfeld der eigentlichen empirischen Arbeit an einer definierten Problemstellung angesetzt wird und die zentralen Aspekte dieser gezielt mit Hilfe des Leitfadens untersucht werden. Vor diesem Hintergrund ist bereits vor der Leitfadenskonzeption ein ausreichendes theoretisches Hintergrundwissen zum Untersuchungsgegenstand (z.B. durch Literaturrecherchen) zwingend notwendig. Diese Vorgehensweise erleichtert die thematische Strukturierung des Leitfadens und hilft bei der anschließenden Ableitung zentraler Fragestellungen (HOPF 1995: 177; KELLE 2008: 23 ff.; LAMNEK 2005: 368; MAYRING 2002: 67).

Leitfragengestützte Experteninterviews verlaufen nicht immer unproblematisch, da sie anfällig für subjektive Verzerrungen und Beeinflussungen sind. In diesem Zusammenhang besteht zum Beispiel die Gefahr einer zu zögerlichen Antwortbereitschaft des Befragten (‚Eisbergeffekt‘). Ebenso kann es vorkommen, dass der Interviewpartner unangenehmen Fragen bewusst ausweicht oder gar falsch beantwortet, um sich selbst oder seine Institution in ein besseres Licht zu stellen. Dabei ist auch eine Überbetonung der eigenen Kompetenz denkbar (‚Profilierungseffekt‘). Diese Auswahl an beschriebenen Gefahren wird durch die Interaktion zwischen Interviewer und Befragten hervorgerufen, wobei auch Geschlecht, Nationalität, Sprache, Kleidung, Auftreten oder Schichtzugehörigkeit eine Rolle spielen können. Im Allgemeinen sind die gewonnenen Erkenntnisse im Rahmen von Experteninterviews obligatorisch rein subjektiver Natur, so dass immer auch der fachliche Hintergrund der befragten Person bei der Bewertung der Informationen berücksichtigt werden sollte (vgl. ABELS & BEHRENS 1998: 85 ff.; STIER 1999: 185 f.).

Insgesamt bilden im Rahmen der vorliegenden Arbeit 39 Experteninterviews die empirische Basis. Das Zeitfenster, in dem die Gespräche geführt wurden, erstreckte sich über fünf Monate (Juli bis November 2015). Die Terminierungen der Interviews bedurften einer vermeintlich kurzen Vorlaufzeit, so dass sie alles in allem – und trotz oftmaliger zeitlicher Engpässe und Dissonanzen seitens der Interviewpartner – fast immer problemlos verliefen. Der zeitliche Umfang der einzelnen Interviews hingegen war sehr heterogen. So gab es je nach Gesprächsbereitschaft, Interesse, Motivation und vor allem arbeitstechnischer Eingebundenheit der Befragten große Disparitäten, die sich in einer Gesprächsdauer zwischen 60 und 230 Minuten ausdrückten.

### 4.1.1 Auswahl der Interviewpartner

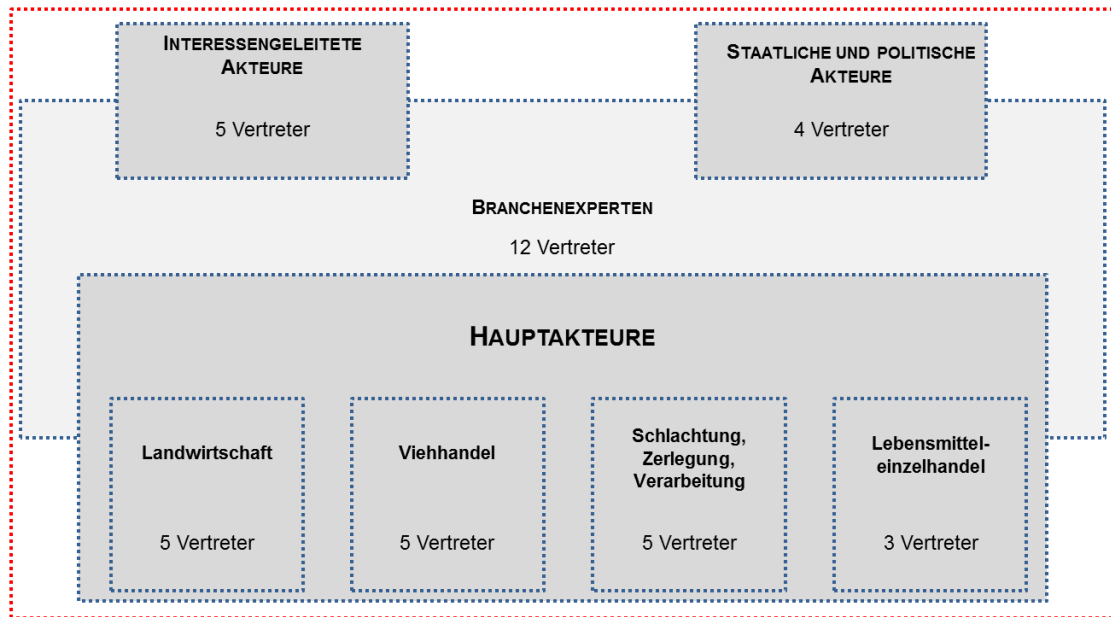
Im Rahmen leitfragengestützter Forschungskonzeptionen fungiert immer dann eine Person als Experte, wenn die Annahme besteht, dass sie im (vorher definierten) Untersuchungsfeld sowohl Fach- als auch Erfahrungswissen vorweist. Auch die Frage danach, ob die jeweilige Expertenmeinung dem eigenen Handeln (im Kontext institutioneller Maxime und Regeln) oder den Kontextbedingungen des Handelns anderer entspringt, gilt es zu berücksichtigen (MEUSER & NAGEL 2009: 470)<sup>28</sup>. Die Auswahl und die Anzahl der Experten ergeben sich aus der zu erforschenden Fragestellung. Sie kann vorab festgelegt, aber auch im Laufe der Untersuchung erweitert werden (MEUSER & NAGEL 1991: 452 ff.).

Obwohl die Strukturen und Akteure des Produktionsnetzwerks Schwein im nachfolgenden Kapitel 5 in detaillierter Weise beschrieben werden, sei an dieser Stelle bereits auf das sehr heterogene und vielschichtige Spektrum an Akteuren der gesamten Branche verwiesen. Bei der Auswahl der für diese Studie in Frage kommenden Interviewpartner war es das Ziel, durch diese die Heterogenität der gesamten Schweinefleischbranche widerzuspiegeln und abzubilden. Denn jene Akteure sind in eigene, akteursspezifische Strukturen eingebunden (z.B. Viehhandelsstufe), welche sich unter anderem hinsichtlich der Größenstrukturen, der Organisationsformen oder des Internationalisierungsgrades unterscheiden. Folgende Abbildung 11 verdeutlicht die Auswahl und die Anzahl der Interviewpartner in graphischer Weise.

---

<sup>28</sup> Hier wird zwischen ‚Betriebswissen‘ und ‚Kontextwissen‘ unterschieden: Wenn ein spezifischer Befragungsabschnitt auf Betriebswissen abzielt, sollten die Interviewpartner Entscheidungsträger sein und dafür verantwortlich, ob und inwiefern betriebliche Strategien und Maßnahmen entwickelt, umgesetzt oder blockiert werden. Bei dieser Ausprägung steht also das Handeln des Experten selbst im Vordergrund. Richtet sich das Interesse hingegen auf Kontextwissen, so sind „(...) *die Lebensbedingungen, Handlungsweisen, Entwicklungen bestimmter Populationen, auf die das Expertenhandeln gerichtet ist und über die jene durch ihre Tätigkeit ein spezialisiertes Sonderwissen erworben haben*“ (MEUSER & NAGEL 2009: 471) bedeutsamer. Insofern ist immer der Funktionskontext der Interviewpartner von herausragender Bedeutung (ibid.: 473).

Abbildung 11 - Kategorisierung und Verteilung der Interviewpartner



Quelle: eigene Darstellung.

Die Gesamtheit aller interviewten Experten kann in vier unterschiedliche Gruppierungen unterteilt werden: ‚Hauptakteure‘, ‚interessengeleitete Akteure‘ (z.B. NGOs oder Gewerkschaften), ‚staatliche und politische Akteure‘ und ‚Branchenexperten‘. Bei der letzten Gruppierung handelt es sich um jene Vertreter, welche aufgrund ihres breiten Hintergrundwissens dazu imstande sind, gegenwärtige Geschehnisse sowie Konstellationen des gesamten Produktionsnetzwerks analytisch zu erfassen und zu bewerten (z.B. Fachinstitute, Wissenschaftsvertreter, Landwirtschaftskammern). Neben den rein marktbasieren Ereignissen zeigt sich das Wissen dieser Experten auch in den nicht-wirtschaftlichen Begebenheiten. Ein solches Kontextwissen, welches sich zudem in alle Richtungen des Netzwerks erstreckt, ist eine wertvolle Ergänzung zu den individuell unternehmensbezogenen Aussagen (Betriebswissen) der übrigen Gesprächspartner.

Im Rahmen der Befragungen wurde der bereits zuvor vermutete Hintergrund bestätigt, dass einige Interviewpartner, die im Vorfeld der ein oder anderen Gruppierung zugeordnet wurden, durchaus auf mehreren Ebenen tätig sind. Insofern nehmen einige der befragten Personen eine quasi Hybridfunktion ein. Als Beispiel für eine solche Ausprägung sind Landwirte zu nennen, die in nomineller Weise als Hauptakteur agieren, aber zeitgleich dem Ehrenamt unterschiedlicher Verbände angehören und somit als ‚Lobbyisten‘ den interessengeleiteten Akteuren. Neben diesem Beispiel gibt es im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein eine Vielzahl an

ähnlichen Ausprägungen, die zwischen den einzelnen Ebenen ‚springen‘ und selbst innerhalb einer Ebene multifunktionale Positionen einnehmen.

#### 4.1.2 Auswahl der Untersuchungsregion

Zur besseren Nachvollziehbarkeit der gewählten empirischen Vorgehensweise wird nachfolgend die Untersuchungsregion vorgestellt. Die hierbei dargestellte zunächst grobe Übersicht dient auch als Basis zum Verständnis der in den nachfolgenden Kapiteln vorgenommenen Primärdatenanalyse der verschiedenen Strukturen, Interaktionen und Prozesse im Produktionsnetzwerk Schwein.

Bei den Regionen ‚Westfalen-Lippe‘ und ‚Weser-Ems‘ im Nordwesten Deutschlands<sup>29</sup> handelt es sich um eine Veredelungshochburg „(...) von internationalem Rang, in denen die ökonomische Bedeutung der Schweineerzeugung weit über dem bundesdeutschen Durchschnitt liegt“ (SPILLER et al. 2005: Vorwort). Die Schweinefleischerzeugung findet in einem räumlichen Verbundsystem statt, welches aus einer Vielzahl an spezialisierten Zulieferern, Abnehmern, Dienstleistern, Official- und Privatberatern sowie weiteren Akteuren und Institutionen besteht (WINDHORST & GRABKOWSKY 2008).

Insgesamt weist der (agrar-)industrielle Verlauf dieser Region einen erfolgreichen Entwicklungspfad auf, der sich in verdienter Weise als „(...) beispiellose Intensivregion der Produktion von Nahrungsmitteln tierischen Ursprungs“ (DEIMEL & THEUVSEN 2010: 1) bezeichnen lässt und die Wettbewerbskraft sowie Dynamik regionaler Unternehmenskonzentrationen erklärt.

Die unterschiedlichen landwirtschaftlichen Betriebe, (weiterverarbeitende) Unternehmen und andere Akteure dieses Clusters – und das ist im Allgemeinen zu konstatieren – zeichnen sich nicht nur durch eine enge Verflechtung zu anderen Netzwerk-Partnern aus. So gehen in sich geschlossene, vollständige Produktionsprozesse oftmals über die eigentliche Region hinaus, wobei die innerhalb der Ursprungsregion subsumierten Unternehmen und Akteure durch die starken regionalen Vernetzungen und Verbindungen im Kontext der „strong ties“ (GRANOVETTER 1973: 1361 ff.) die eigene Machtposition verbessern können (DANNENBERG & KULKE 2005: 294 ff.; KULKE 2013: 72 ff.).

---

<sup>29</sup> Unter ‚Westfalen-Lippe‘ ist der nordöstliche Teil Nordrhein-Westfalens zu verstehen. Zu ihm zählen die Landesteile Westfalen und Lippe. Bei dem ehemaligen Regierungsbezirk ‚Weser-Ems‘, im westlichen Teil Niedersachsen gelegen, handelt es sich um die Landkreise Ammerland, Aurich, Cloppenburg, Emsland, Friesland, Grafschaft Bentheim, Leer, Oldenburg, Osnabrück, Vechta, Wesermarsch, Wittmund sowie die kreisfreien Städte Delmenhorst, Oldenburg (Oldenburg), Osnabrück und Wilhelmshaven.



Die Gründe für die seit Ende des 19. Jahrhunderts voranschreitenden Konzentrationen von Veredelungsbetrieben sind auf unterschiedliche Faktoren zurückzuführen. Zum einen waren landwirtschaftliche Primärproduzenten wegen der im Vergleich zu anderen Anbaugebieten schlechteren Bodenqualität schwerlich in der Lage, im Bereich der Pflanzenproduktion (z.B. Marktfruchtanbau) adäquate Erträge und somit ein ausreichendes Einkommen zu erwirtschaften. Zum anderen ermöglichte die geographisch vorteilhafte Lage zu bedeutenden Import-Häfen einen kostengünstigen Bezug von großen Mengen an Tierfutter, was neben der Loslösung von der Erstellung der Futtergrundlage durch die eigenen Ackerflächen vor allem die Entwicklung größerer Tierbestände nach sich zog. Auch wirkte sich die Nähe zum ‚Ruhrgebiet‘ positiv auf den Absatz der tierischen Erzeugnisse aus, was wiederum einen positiven Effekt auf die Tierproduktion hatte. Gerade in der (anfänglichen) Entstehung trugen diese Faktoren zu einer Konzentration der Tierhaltung bei. Mittlerweile weist die infrastrukturelle Entwicklung selbst zahlreiche Vorteile auf. So bietet der Nordwesten neben der Standortattraktivität für die Futtermittelindustrie vor allem den Vorzug, dass der Futtermitteleinkauf von mehreren Landwirten in Kooperation (z.B. durch Futter-Einkaufsgenossenschaften) gemeinsam, betriebsübergreifend und somit günstiger (Mengenrabatte und niedrigere Transaktionskosten) vorgenommen werden kann. Im Absatz der (schlachtreifen) Nutztiere ergeben sich für die Primärproduktion ebenfalls positive Umstände: Neben der Generierung betriebseigener Skaleneffekte (*economies of sale*), die bei entsprechender Betriebsgröße realisierbar sind, werden diese auch durch eine gemeinsame Vermarktung der Tiere (z.B. in genossenschaftlichen Viehhandelsorganisationen oder Erzeugergemeinschaften) erlangt. Analog zu der Ansiedlung vorgelagerter Zulieferbetriebe zogen die Regionen ‚Westfalen-Lippe‘ und ‚Weser-Ems‘ zunehmend auch die Etablierung größerer Schlacht- und Verarbeitungsunternehmen nach sich. Angetrieben durch (den obligatorisch vorhandenen) Ackerbau und die Viehzucht vollziehen sich weitere selbstverstärkende Prozesse, die neben dem eigenen Wachstum auch in vor- und nachgelagerten Bereichen positive Wachstumseffekte auslösen. So haben sich beispielsweise namhafte Unternehmen aus der Agrartechnik (z.B. Landmaschinenbauer, Hersteller von Stall- und Fütterungseinrichtungen), dem Anbau und der Verarbeitung von Sonderkulturen (Gemüse und Obst) sowie Kunststoff- und Verpackungsbetriebe angesiedelt, die zu den Weltmarktführern zählen (KOLL 2005; KULKE 2010: 91 f.).

Die oben beschriebenen Entwicklungen der Regionen ‚Westfalen-Lippe‘ und ‚Weser-Ems‘, die insbesondere durch Konzentrations- und Spezialisierungsprozesse<sup>30</sup> gekennzeichnet sind (BÄURLE & TAMÁSY 2012: 5 f.; KLOHN & VOTH 2009; NOLTE 2006: 5 ff.), heben die Bedeutung der ‚Agrarkompetenzregion Nordwest‘ für die gesamte bundesdeutsche Schweinefleischproduktion hervor. In diesem Zusammenhang begründen strukturelle und regionstypische Tendenzen, weshalb gerade diese Untersuchungsregion im Rahmen des vorliegenden Forschungsvorhabens gewählt wurde: Im Zuge der Herausbildung einer räumlichen Konzentration hat sich auch ein sehr heterogenes Bild bezüglich der Marktanteile (und somit auch der Betriebsgrößen)<sup>31</sup> der beteiligten Unternehmen ergeben (vgl. z.B. BKARTA 2014; ISN 2012). So wird an dieser Stelle die Annahme getroffen, dass es nicht nur, wie aus obiger Beschreibung hervorgeht, zu räumlichen Konzentrationsprozessen, sondern auch zu Konzentrationsprozessen von Macht innerhalb des Produktionsnetzwerks Schwein gekommen ist. Denn durch die Kombination aus einer geringen Zahl von Marktteilnehmern und deutlichen Größenunterschieden zwischen den einzelnen Marktakteuren ist das Vorhandensein von Macht und Machtmissbrauch sehr wahrscheinlich (KRAMER 2012: 87).

## 4.2 Transkription und Datenauswertung

Im Zuge der empirischen Erhebung wurden die Interviews nach Möglichkeit mit einem Diktiergerät aufgezeichnet<sup>32</sup>, was die anschließende Datenauswertung erleichterte. Auch verringerte eine Aufzeichnung der Gespräche das Risiko, wichtige Informationen zu verlieren. Während der Interviewer durch die audiovisuelle Aufzeichnung bei der Gesprächsführung erheblich entlastet wird, liegt ein wesentlicher Vorteil darin, die

---

<sup>30</sup> Ein nicht unerheblicher Teil der regionalökonomischen Analyse befasst sich damit, dass ökonomische Aktivität nicht gleichförmig im Raum verteilt ist. Vor diesem Hintergrund beschreiben die Begriffe ‚regionale Spezialisierung‘ und ‚Konzentration‘ häufig zu beobachtende Entwicklungstendenzen, die BRÖCKER & FRITSCH (2012: 21) wie folgt definieren: „Eine regionale Spezialisierung (Hervorhebung i.O.) liegt vor, wenn ein Wirtschaftsraum bei der Herstellung ganz bestimmter Güter und Dienste komparative Vorteile aufweist und deshalb einen vergleichsweise hohen Anteil seiner Kapazitäten für deren Produktion einsetzt. Von der Konzentration einer spezifischen Produktionsaktivität (Hervorhebung i.O.) im Raum ist zu sprechen, wenn ein hoher Anteil der Gesamtproduktion eines bestimmten Gutes von nur wenigen Regionen erstellt wird. Konzentration der gesamten Produktion im Raum (Hervorhebung i.O.) schließlich bedeutet, dass eine verhältnismäßig kleine Anzahl von Regionen einen hohen Anteil der gesamten Wirtschaftsleistung erbringt“.

<sup>31</sup> Auf die Marktstruktur im Produktionsnetzwerk Schwein wird nachfolgend in Kapitel 5 noch ausführlicher eingegangen werden.

<sup>32</sup> Fast alle der insgesamt 39 geführten Interviews durften unter Gewährleistung von Anonymität und Vertraulichkeit hinsichtlich der Datennutzung aufgezeichnet werden. So äußerten lediglich zwei Gesprächspartner im Vorfeld den Wunsch, das Interview nicht aufzunehmen, um sensible unternehmensinterne Angaben und die eigenen Aussagen besser zu schützen. In diesen beiden Fällen liegen stichwortartige Protokolle auf Basis von Gesprächsnotizen vor.

erhobenen Daten beliebig oft und vollständig wiederzugeben. Diese Möglichkeit stellt eine wichtige Grundlage für die anschließende präzise Auswertung und Analyse dar (FLICK 2010: 379; LAMNEK 2005: 367 ff.; MAYRING 2002: 85). Neben dem gesprochenen Wort kommt es in der Regel auch auf paralinguistische Elemente (z.B. Gestik, Mimik, Intonation, Gesprächspausen, Lachen, Unterbrechungen, Lautstärkeschwankungen) des Interviewten an. Diese lassen sich durch die technischen Gesprächsaufzeichnungen besser festhalten und können für die Interpretation und Auswertung der Interviews herangezogen werden. Erst durch diese Gesamtheit aller Faktoren ergibt sich ein fundiertes Verständnis über die Meinung des Experten (LAMNEK 2005: 393; MEUSER & NAGEL 1991: 452 ff.).

Zu Beginn der Auswertungsphase wurden die Interviews wörtlich transkribiert. Bei einer ‚Transkription‘ handelt es sich um die exakte, wortgetreue Verschriftlichung des aufgenommenen Gesprächs, welche die Grundlage für die Auswertung und Interpretation der Befragung bildet (FLICK 2010: 379; MAYRING 2002: 89). Wie oben bereits erwähnt, ermöglicht das Erstellen der Interviewtranskripte die Berücksichtigung paralinguistischer Gesprächsbausteine. Da diese jedoch die Lesbarkeit der Transkripte beeinträchtigen können und ohnehin die inhaltlich-thematische Auswertungsebene im Vordergrund dieser Studie steht, sind nur wenige dieser Elemente in den Transkripten enthalten. Danach wurden die wörtlichen Verschriftlichungen ‚geglättet‘, also um Bestandteile bereinigt, die für die abschließende Datenauswertung unbrauchbar sind. Hierzu zählen beispielsweise Wiederholungen, Umformulierungen oder nicht beendete Sätze (CROPLEY 2008: 128).

Nach MEUSER und NAGEL (1991: 452 ff.) besteht das Ziel eines Experteninterviews darin, Gemeinsamkeiten der Experten herauszuarbeiten, damit die aus der Theorie hergeleiteten zentralen Fragestellungen der vorliegenden Arbeit beantwortet werden. Zu diesem Zweck fand die von MAYRING entwickelte Methode der ‚qualitativen explizierenden Inhaltsanalyse (Kontextanalyse)‘ Anwendung, die für die systematische und theoriegeleitete Auswertung entwickelt wurde (2010: 92; 2002: 121). Die besonderen Vorzüge dieser Auswertungsmethode liegen in der sukzessiven Aufbereitung und Interpretation umfangreicher Datenmengen<sup>33</sup>: In einem ersten Arbeitsschritt – dem ‚Codieren‘ – werden mit Hilfe der transkribierten Interviews die für diese Untersuchung wichtigsten Aspekte herausgefiltert. Dabei wird das gesamte Datenmaterial in

---

<sup>33</sup> Die Umsetzung dieser Methode erfolgte im Rahmen der vorliegenden Arbeit mit Hilfe des Programms ‚MAXQDA‘.

verschiedene thematische Einheiten (*codes*) zerlegt (LAMNEK 2005: 522; MAYRING 2010: 50 ff.). Im zweiten Arbeitsschritt werden diese extrahierten Texteinheiten zu verschiedenen Auswertungskategorien zusammengefasst, die aus den Schwerpunktsetzungen der Interviewpartner und dem theoriegestützten Interviewleitfaden gebildet werden<sup>34</sup>. Die Auswertungskategorien bilden das „(...) *zentrale Instrument der Analyse*“ (MAYRING 2010: 49) und legen fest, welche Inhalte aus den Transkripten herausgefiltert und analysiert werden, damit nicht das gesamte Datenmaterial ausgewertet werden muss (LAMNEK 2005: 518; MAYRING 2010: 17 ff.). Der Interviewleitfaden vereinfacht durch die Strukturierung der Interviews also nicht nur die Datenerhebung, sondern auch deren Vergleichbarkeit und Auswertung. Der dritte Arbeitsschritt enthält die kurze und prägnante Zusammenfassung der einzelnen Auswertungskategorien (‘Paraphrasierung’ der entsprechenden Interviewpassagen), bei der inhaltsleere, ausschmückende oder vom Untersuchungsgegenstand abweichende Passagen entfernt wurden (MAYRING 2010: 69). Eine Interpretation der nun reduzierten Inhalte wird durch die Hinzunahme zusätzlicher Materialien, welche anderen Interviews oder weiteren Quellen (z.B. statistische Daten, Geschäftsberichte, Internetauftritte oder Zeitungsberichte) entstammen, vereinfacht. Diese zusätzlichen Informationen können „(...) *definierend/erklärend, ausschmückend/beschreibend, beispielgebend/Einzelheiten aufführend, korrigierend/modifizierend oder auch antithetisch/das Gegenteil beschreibend zur fraglichen Textstelle stehen*“ (MAYRING 2002: 118). Auf diese Weise soll sichergestellt werden, dass alle relevanten Fundstellen, die zur Erklärung und Interpretation der Sachverhalte beitragen, berücksichtigt und zusammengeführt werden (LAMNEK 2005: 523; MAYRING 2002: 117 f.; MAYRING 2010: 88). Darüber hinaus ist das Heranziehen zusätzlicher Quellen insofern sinnvoll, weil die zu interpretierenden Textstellen aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet und bestimmte Positionen und Meinungen (besser) gegenübergestellt werden können (ATTESLANDER 2006: 189; MAYRING 2010: 66 ff.). Auch können herausgelöste, konkrete Gesprächsausschnitte wesentliche Elemente der Ergebnisdarstellung bilden, sofern sie sich direkt auf die Forschungsfragen beziehen und von den Befragten tatsächlich so geäußert wurden (wörtliche Zitate). Diese Passagen gelten als wertvolle ‚An-

---

<sup>34</sup> Die Zusammenfassung der thematischen Einheiten zu unterschiedlichen Auswertungskategorien lässt eine Art ‚Codebaum‘ entstehen. Dabei ist anzumerken, dass einzelne Textausschnitte auch mehrmalig, das heißt mit unterschiedlichen Codes, belegt werden können, so dass es zu Überschneidungen oder identischen Textausschnitten bei zwei oder mehreren Codes kommen kann. Trifft dieser Fall ein und/oder der Code ist zu umfassend, muss er durch einen oder mehrere (Sub-)Codes präzisiert werden (COPE 2010: 288). Nichtsdestotrotz kann es vorkommen, dass bestimmte Codes aufgrund thematischer Verbundenheit ein Cluster bilden. Ziel der Codierung ist es, die Aussagen der Befragten nach Themen zu parzellieren, um diese auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu überprüfen (FLICK 2011).

kerbeispiele' und bilden einen integralen Bestandteil der Ergebnisdarstellung (LAMNEK 2005: 513).

Die vorliegende Arbeit ist von einer umfassenden Analyse des Produktionsnetzwerks Schwein gekennzeichnet. Bereits bei Erhebung der Daten wurde deutlich, dass sich anhand der zur Verfügung stehenden Interviewpartner bestimmte Bereiche eben dieses Produktionsnetzwerks nur in unzureichendem Maße untersuchen lassen. Denn in Anbetracht des definierten Forschungsschwerpunkts ist es ein schwieriges Unterfangen, neben einer zufriedenstellenden Anzahl an Interviewpartnern eben auch solche zu finden, die in qualitativer Hinsicht das Erkenntnisinteresse befriedigen. Insbesondere die Weitergabe intimer und zugleich sensibler Informationen im Kontext von ‚Macht‘ erscheint als großes Hemmnis. Darüber hinaus ist zu vermuten, dass dem Untersuchenden gegenüber aufgrund von persönlicher Biographie sowie Vernetzung und insbesondere einer familiär bedingten Nähe zur Ebene der Hauptakteure eine gewisse Zurückhaltung und Vorsicht entgegengebracht wurde, was im unmittelbaren Kontext der Informationsgehalte der getätigten Aussagen steht.

## **5 Akteure, Interaktionsmuster und Strukturen im Produktionsnetzwerk Schwein**

Das gesamte Agribusiness und speziell die (Schweine-)Fleischwirtschaft unterliegt seit Jahren einem tiefgreifenden Strukturwandel, der durch Prozesse wie Konzentration, Spezialisierung und Intensivierung gekennzeichnet ist. Zurückzuführen sind diese Veränderungen zum Beispiel auf sich fortlaufend ändernde Rahmenbedingungen, die technisch-innovativen sowie ordnungspolitischen Hintergründen entspringen. Daneben sind aber auch wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen Urheber derartiger Entwicklungen. Dieser strukturelle Wandel nimmt Einfluss auf die Tätigkeit sämtlicher an der Wertschöpfung beteiligter Unternehmen sowie auf deren Lieferanten- und Abnehmerbeziehungen (BÄURLE & TAMÁSY 2012: 5; NOLTE 2006: 5 ff.; RECKE et al. 2011: 6). Die unterschiedlichen Akteure und Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft stehen stetig neuen Herausforderungen gegenüber. Exemplarisch seien hier die immer weiter fortschreitenden Prozesse der Globalisierung und Liberalisierung genannt, die zu immer größeren Volatilitäten auf den (Welt-)Handelsmärkten führen. Auch in der Fleischwirtschaft sind die Ausdehnung der Absatzmärkte und eine flexiblere Gestaltung der Bezugs- und Absatzvorgänge im internationalen Kontext von herausragender Bedeutung (VOSS 2011: 5).

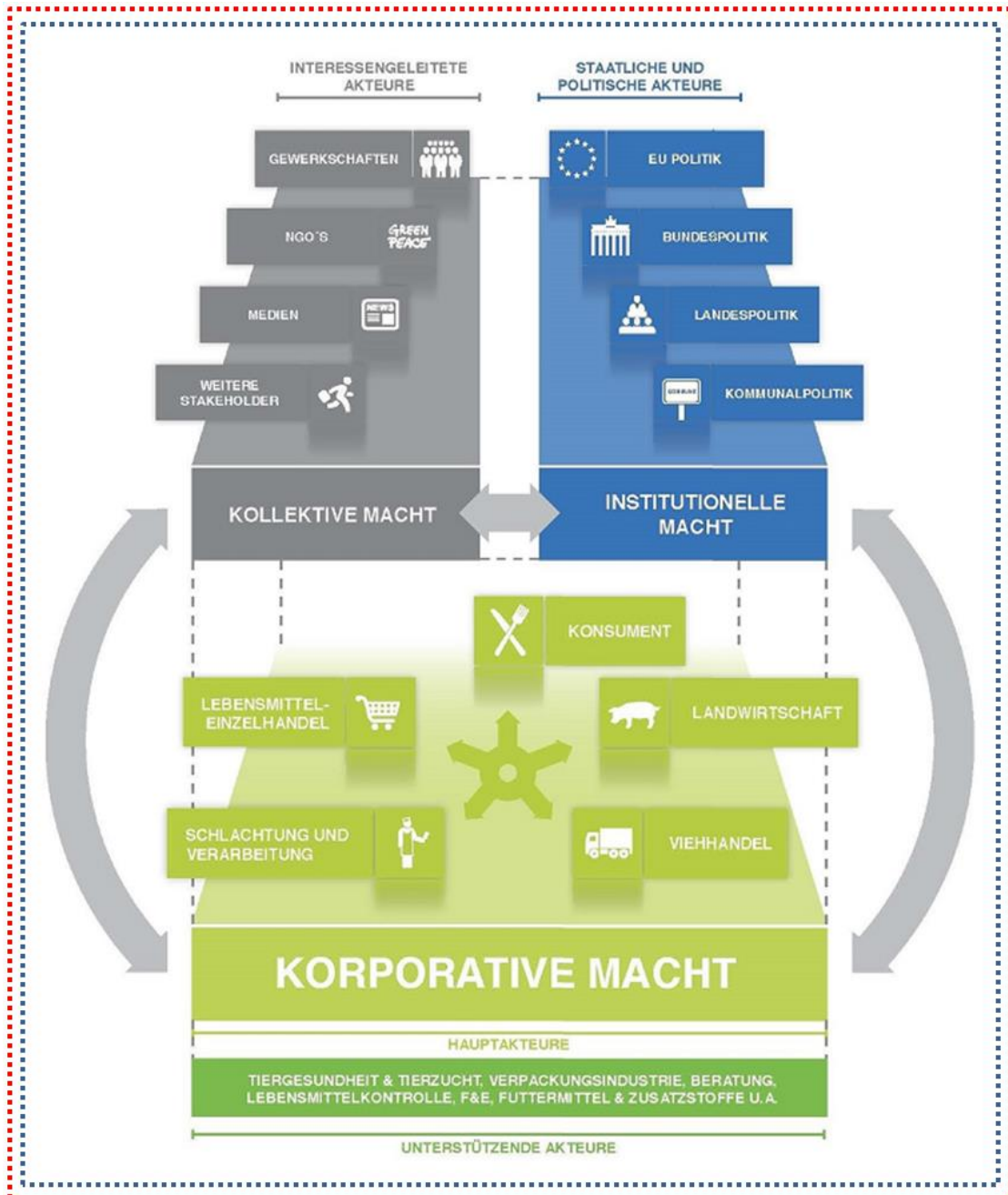
Auf nationaler Ebene stehen die Unternehmen der Fleischwirtschaft nicht zuletzt wegen des demographischen Wandels einem immer weiter schrumpfenden Markt gegenüber. Zudem nehmen auch gesellschaftliche Veränderungen, wie sich ändernde Wertvorstellungen, direkten Einfluss auf die Produktionsprozesse der Ernährungswirtschaft. Es sind oftmals Themen der Nutztierhaltung, die im Mittelpunkt vielfältiger Diskussionen stehen. Diese beziehen sich in erster Linie auf die Zukunftsfähigkeit der bereits etablierten Produktionssysteme (vgl. z.B. ALBERSMEIER & SPILLER 2009). Erhöhte Aufmerksamkeit erfahren dabei sogenannte ‚Hochveredelungsregionen‘, wie ‚Westfalen-Lippe‘ und ‚Weser-Ems‘ im Nordwesten Deutschlands (vgl. Kapitel 4.1.2), welche in besonderem Maße von der Nutztierhaltung geprägt sind. Für diese Regionen beispielhaft sind Probleme der Überversorgung mit Rest- und Abfallstoffen aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft, erhöhte Seuchenrisiken und Emissionen aus den Stallanlagen sowie vermehrt auch Aspekte des Tierwohls. Während das gesamte Agribusiness im Zuge seiner Industrialisierung vor einigen Jahren noch als fortschrittlich galt, steht gegenwärtig gerade der Teilssektor der Fleischwirtschaft einer erheblichen Kritik der Verbraucher gegenüber. Die Fragen nach der räumlichen Anordnung der Nutztierhaltung oder nach politischen Steuerungsmöglichkeiten einer räumlichen

Organisation der Produktion tierischer Lebensmittel erscheinen – vor allem mit Blick auf die gesellschaftlichen Erwartungen – wenig geklärt (BÄURLE & TAMÁSY 2012: 5; Voss 2011: 5).

Kongruent mit dem Verständnis relationaler Wirtschaftsgeographien und in Anlehnung an das GPN-Konzept (vgl. Kapitel 3.2.3) werden im Produktionsnetzwerk Schwein alle beteiligten Akteure, Institutionen und Unternehmen nicht voneinander isoliert, sondern im Kontext ihrer Beziehungen betrachtet. Ergo stehen nicht nur einzelne, privatwirtschaftliche Unternehmen und deren ökonomische Interaktion mit anderen (vor- oder nachgelagerten) Marktpartnern im Fokus, sondern auch nicht-ökonomische (z.B. Forschungseinrichtungen), öffentliche (z.B. Regierung, Verwaltung) oder nicht-staatliche Akteure (z.B. Gewerkschaften, Verbände, NGOs). Die Analyse von Produktionsnetzwerken erfordert es, die zentralen, netzwerkbestimmenden Akteure zu identifizieren. Zu diesem Zweck vermittelt Abbildung 12 in graphischer Weise ein Verständnis über die im Schweinefleischsektor tätigen Akteure und deren Beziehungen und steht dabei im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit.

Das Fundament des dreidimensionalen Quaders bilden die im Produktionsnetzwerk Schwein tätigen ‚Hauptakteure‘ (Kapitel 5.1). Dabei handelt es sich um die Unternehmen des Netzwerks, welche im wirtschaftlichen Austausch mit anderen Marktakteuren stehen und unmittelbar an der Produktion und der Vermarktung von Schweinefleisch beteiligt sind. Vor- und nachgelagerte Aktivitäten und Sektionen (z.B. Tierärzte, Futtermittelwirtschaft, Beratung) werden innerhalb der Grafik als ‚unterstützende Akteure‘ inkludiert. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit ist diese Gruppierung allerdings von untergeordneter Bedeutung und wird lediglich als Ergänzung herangezogen. ‚Interessengeleitete Akteure‘ (Kapitel 5.2) gehören zu den außerwirtschaftlichen Vertretern des Produktionsnetzwerks, da sie an der Wertschöpfung von Schweinefleisch nicht direkt beteiligt sind (z.B. NGOs, Gewerkschaften, Verbände) und beeinflussen es ‚von außen‘. ‚Staatliche und politische Akteure‘ (Kapitel 5.3) gestalten unter anderem die ordnungspolitischen Rahmenbedingungen im Produktionsnetzwerk und gehören somit ebenfalls zu den außerwirtschaftlichen Akteuren. Das Aktionsfeld dieser Gruppierung erstreckt sich über die unterschiedlichsten Politikfelder von der kommunalen bis hin zur internationalen Ebene.

Abbildung 12 - Akteure und deren Beziehungen im Produktionsnetzwerk Schwein



Quelle: KLEIN (2015).

Das nachfolgende Kapitel verdeutlicht die Strukturen und Interaktionsmuster aller Akteure im Produktionsnetzwerk Schwein. Diese Vorgehensweise schafft ein Grundverständnis über die Einbindung aller beteiligten Institutionen im Produktionsnetzwerk und bereitet den Weg zur Ermittlung der daraus resultierenden Machtkonstellationen, welche im Ergebnisteil (Kapitel 6 und Kapitel 7) dargelegt werden. Denn Macht wird generiert durch die soziale Interaktion von Individuen oder Gruppen in Netzwerken (ALLEN 2003: 2).



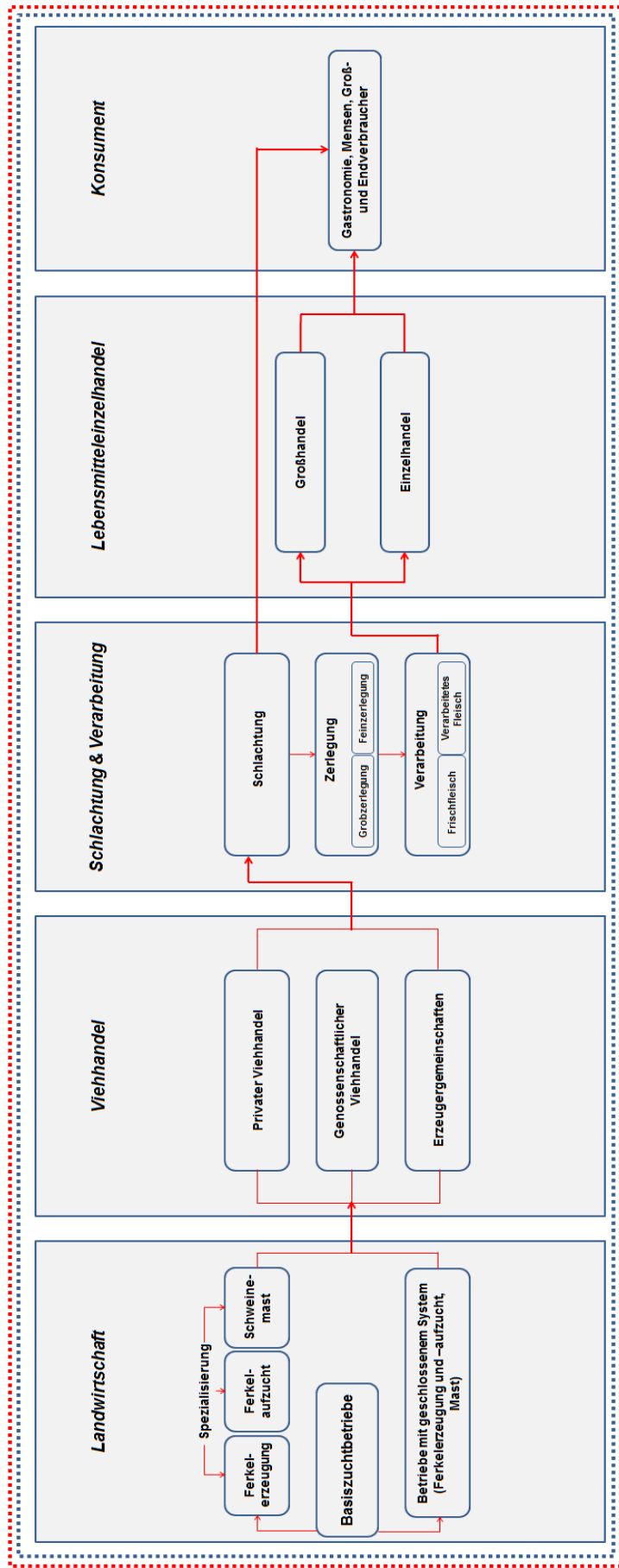
Die Untersuchungsregion der vorliegenden Arbeit zeichnet sich insbesondere durch das Vorhandensein zahlreicher Schlüsselakteure und einer hohen Vernetzungsintensität im Schweinefleischbereich aus. Sie wurde explizit definiert und steht als ‚Agrarkompetenzregion Nordwest‘ (‚Westfalen-Lippe‘ und ‚Weser-Ems‘) im Zentrum der Analyse (vgl. Kapitel 4.1.2). Es ist nicht selten der Fall, dass bestimmte Verflechtungen und Beziehungen von spezifischen Netzwerkknoten (z.B. Personen, Unternehmen, Institutionen) ausgehen (vgl. Kapitel 3.1, S. 37 f. – ‚Netzwerke‘), die auf der regionalen Maßstabebene verortet sind. Allerdings befinden sich Wirkungskreis und Strahlkraft der im Produktionsnetzwerk Schwein eingebetteten Akteure oftmals jenseits der regionalen Grenzen. So können die tatsächlichen Verflechtungen dieses Netzwerks nicht durch ein derartig kleinräumiges, limitiertes Verständnis abgebildet werden. Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, auch großräumigere Zusammenhänge in die Analyse der regionalen Beziehungsmuster zu integrieren.

## **5.1 Hauptakteure**

Um die Strukturen und Interaktionsmuster der im Produktionsnetzwerk Schwein beteiligten Akteure besser fassen zu können, bietet es sich zunächst an, den Weg eines Schweinefleischproduktes von der landwirtschaftlichen Erzeugung (‚Primärproduktion‘) bis hin zur Ladentheke und dem Konsumenten aufzuzeigen. Zu diesem Zweck erfolgt an dieser Stelle eine grundlegende Betrachtung der Wertschöpfungszusammenhänge.

Die wertschöpfenden Aktivitäten in der Schweinefleischerzeugung gelten als „(...) *sehr vielgestaltig und ausdifferenziert, so dass auch von einem Wertschöpfungsnetzwerk gesprochen werden kann*“ (SPILLER et al. 2005: 85). Dynamik und Komplexität dieses Netzwerks haben in den vergangenen Jahren erheblich zugenommen. So sind die über wechselseitige Beziehungen und zahlreiche Vor- und Rückkopplungsprozesse miteinander verflochtenen Akteure charakteristisch. Nachfolgende Abbildung 13 ist eine veranschaulichende Darstellung der wertschöpfenden Aktivitäten in der Schweinefleischerzeugung (vgl. nachfolgend KLEIN 2015: 97 ff.; SCHÜTZ 2009: 22; SPILLER et al. 2005: 85 ff.; VOSS 2011: 6 ff.).

Abbildung 13 - Hauptakteure im Produktionsnetzwerk Schwein



Quelle: eigene Darstellung

### Basiszucht, Ferkelerzeugung und –aufzucht

Im Bereich der ‚Basiszucht‘ agieren eigens auf die Zucht spezialisierte Basiszuchtbetriebe. Im Rahmen der ‚Ferkelerzeugung‘ werden die Muttertiere (Sauen) mit dem Sperma unterschiedlicher Eber befruchtet. Nach erfolgter Reproduktion (Geburt der Ferkel) gelangen die Ferkel in die Ferkelaufzuchtbetriebe. In der ‚Ferkelaufzucht‘ werden die Tiere auf etwa 25 bis 30 Kilogramm gemästet. Danach werden die dann als ‚Läufer‘ bezeichneten Tiere an die Schweinemäster verkauft. Der Absatz erfolgt entweder durch feste Kontrakte mit einem oder mehreren Mästern oder über private und genossenschaftliche (Ferkel-)Vermarktungsorganisationen.

### Schweinemast

In Schweinemastbetrieben werden die Tiere bis zu einem Endgewicht von etwa 120 Kilogramm gemästet. Die besten Schweinemäster schaffen in der Regel drei Mastdurchgänge in einem Jahr. In diesem Bereich der Wertschöpfung wird zwischen unterschiedlichen Systemen differenziert: Betriebe, die nach einem ‚geschlossenen System‘ verfahren, erzeugen ihre eigenen Ferkel und mästen sie bis zur Schlachtreife. Diese Betriebe sind demzufolge Ferkelerzeuger und Mäster zugleich. Im ‚mehrstufigen System‘ hingegen erfolgen Ferkelerzeugung, Ferkelaufzucht und Schweinemast in unterschiedlichen Betrieben.

### Vermarktung der Mastschweine

In Deutschland stehen den Schweinemästern unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung, die schlachtreifen Schweine am Markt anzubieten. So kann die Vermarktung über private Viehhandelsunternehmen, Viehvermarktungsgenossenschaften (VVG), Erzeugergemeinschaften (EZG), durch den direkten Verkauf an den Schlachthof oder aber durch Direktvermarktung an den Endverbraucher (Hofläden, Wochenmärkte etc.) erfolgen.

### Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung

Die schlachtreifen Tiere werden entweder durch Eigentransport vom Landwirt selbst, durch den Partner der Viehhandelsstufe oder durch eine geeignete Spedition zur Schlachtstätte transportiert. Am Ende des Schlachtprozesses besteht der Schlachtkörper aus zwei Schweinehälften. Danach gelangt der Schlachtkörper in die ‚Zerlegung‘. Hier wird er zunächst in grobe Teilstücke und dann zu feineren Abschnitten zerlegt. In Fleischverarbeitungsbetrieben kommt es schließlich zur ‚Verarbeitung‘ und Weiterveredlung von Schlachtkörper und Zwischenprodukten. Es werden sowohl

Frischwaren als auch verarbeitetes Fleisch (z.B. tiefgefrorene Kost, Convenience-Produkte oder Fast Food) hergestellt.

Vermarktung der Endprodukte und Konsum

Die fertigen Schweinefleischprodukte gelangen über den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und Fleischereifachgeschäfte zum Endkonsumenten. Dabei spielen auch Großverbrauchereinrichtungen (z.B. Mensen, Kantinen) und Gastronomiebetriebe eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Vermarktung ist zwischen Frischfleisch und verarbeitetem Fleisch zu unterscheiden. Unter Frischfleisch ist die gesamte Palette an frischen Fleischwaren zu verstehen, die beim Metzger oder im Supermarkt an der Fleischtheke zu erwerben sind. Verarbeitetes Fleisch hingegen beinhaltet sowohl die eingeschweißten Wurstwaren, welche beispielsweise an der SB-Theke zu finden sind, als auch Tiefgefrorenes oder Convenience-Artikel.

### **5.1.1 Landwirtschaft**

In keinem Bereich der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung in Deutschland hat es so tiefgreifende Veränderungen gegeben wie in der Schweinehaltung. Die Schweinehalter waren in den vergangenen Jahren der Notwendigkeit ausgesetzt, die Produktion beständig effizienter und kostengünstiger zu gestalten, um auf den zunehmend globalisierten Märkten Schritt halten zu können und wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies führte und führt auch gegenwärtig in Verbindung mit steigenden Futtermittelpreisen dazu, dass die Erzeugung von Schweinefleisch in immer größeren Sektionen erfolgt. Darüber hinaus führten auch neue ordnungspolitische Rahmenbedingungen in Folge sich ändernder gesellschaftlicher Ansprüche zu einer Erhöhung der Produktionskosten, während sich die Erlösseite in den letzten beiden Dekaden kaum verbessert hat. Um existieren zu können, mussten die Schweinehalter wachsen und immer größere Einheiten produzieren, da bei wachsenden Stückzahlen durch Skaleneffekte (z.B. im Futtermiteinkauf oder Arbeitseinsatz je erzeugtem Tier) günstiger produziert werden konnte (*economies of scale*). Die Ausdehnung der einzelbetrieblichen Kapazitäten stellt gleichzeitig auch erhöhte Ansprüche an Know-how und Management, so dass es zu einer zunehmenden Spezialisierung der Landwirte auf die Schweinehaltung kam. Folglich stiegen viele Klein- und Kleinstbetriebe – darunter auch viele Nebenerwerbsbetriebe – aus der Schweinehaltung aus, da sie das Kapital für Betriebsvergrößerungen nicht aufbringen konnten/wollten oder nicht über ausreichend Flächen verfügten. Die Zahl der schweinehaltenden Betriebe sank in den letzten Jahren in erheblichem Umfang. In Anbetracht derartiger Entwicklungen gibt es in Deutschland ausgeprägte regionale Unterschiede und es ergaben sich räumliche Verlagerun-

gen im Bereich der Erzeugung: Während die Schweinehaltung in einigen Regionen stark rückläufig war, hat sie sich in anderen durch die Aufstockung von Schweinebeständen konzentriert (BÄURLE & TAMÁSY 2012: 31; HORTMANN-SCHOLTEN 2000: 32 ff.).

Die Schwerpunkte der Ferkelerzeugung liegen in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen. Auf diese beiden Bundesländer entfällt mit Anteilen von 26 % beziehungsweise 22 % im Jahr 2018 ein Großteil des gesamten Zuchtsauenbestandes Deutschlands. Somit steht fast jede zweite deutsche Zuchtsau in einem Stall aus der nordwestlichen Region. Insgesamt sanken die deutschlandweiten Bestände an Zuchtsauen im Zeitraum zwischen 2000 bis 2018 um etwa 689.000 Tiere, was einen Rückgang von etwa 27,3 % bedeutet. Die Zuchtsauenhaltung beziehungsweise Ferkelerzeugung ist in Deutschland stark rückläufig. So waren die vergangenen Jahre von einem massiven Rückgang der Betriebe und zugleich der Zuchtsauenbestände gekennzeichnet. Lediglich den östlichen Bundesländern gelang eine nennenswerte Ausdehnung der Bestände (EFKEN 2016: 46; STETTER & SÖLTL 2019: 182).

Die Produktionsstruktur der Zuchtsauenhaltung ist in Deutschland zunehmend konzentriert, wobei auch hier die unterschiedlichen Regionen eine große Heterogenität aufweisen. So werden gegenüber dem Norden und dem Osten eindeutige Defizite bei den süddeutschen Ferkelerzeugern deutlich, welche sich auf die Bestandsgrößenstruktur und die biologischen Leistungen beziehen: In den östlichen Bundesländern werden durchschnittlich etwa 950 Zuchtsauen je Betrieb gehalten, während es in Westdeutschland rund 180 Sauen je Betrieb sind. Die durchschnittlichen Bestandsgrößen in Süddeutschland fallen sogar noch geringer aus. Nord- und westdeutsche Ferkelproduzenten erreichen im bundesweiten Vergleich mit 30,5 abgesetzten Ferkeln je Sau und Jahr die höchsten biologischen Leistungen. Innerhalb von zehn Jahren gelang es diesen Sauenhaltern, die Anzahl der abgesetzten Ferkel um 6,9 pro Sau und Jahr zu steigern, während die südlichen Regionen nur um 3,5 Ferkel zugelegt haben. Um längerfristig bestehen zu können, sind die in der Produktion verbleibenden Ferkelerzeugerbetriebe dazu verpflichtet, die biologischen Leistungen zu steigern und den Sauenbestand in europaweit wettbewerbsfähige Bestandsgrößen zu transformieren (EFKEN 2016: 46; STETTER & SÖLTL 2019: 183 ff.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 183 ff.).

Seit Mitte der 1990er Jahre bestehen in der Versorgung mit Ferkeln in Deutschland zunehmend Defizite, obwohl es diesbezüglich erhebliche regionsspezifische Unterschiede gibt. Ferkelerzeugung und die sich anschließende Schweinemast haben sich in den einzelnen Regionen in Abhängigkeit von Flächenausstattung, Arbeitskräftebesatz, Vermarktungsmöglichkeiten sowie weiterer, auch außerlandwirtschaftlicher

Rahmenbedingungen unterschiedlich behauptet und entwickelt. Der Schwerpunkt des Zuschussbedarfes liegt in den Mastzentren Nordwestdeutschlands, wo fast 90 % der Defizite anfallen. Denn obwohl sich dort eine umfangreiche Ferkelproduktion befindet, etablierten sich auch die größten Mastkapazitäten Deutschlands. Die Ferkelerzeugung ist – vor allem in der nordwestlichen Region – hinter der massiven Ausweitung der Schweinemast zurückgeblieben, so dass die Mäster verstärkt auf überregionale Lieferungen und Ferkelimporte angewiesen sind (STETTER & SÖLTL 2019: 185; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 193 f.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 185). Beim innerdeutschen Warenaustausch mit Ferkeln entwickelt sich immer stärker der Osten zur Überschussregion, während das Überangebot in den anderen Teilen Deutschlands schwindet. Die ostdeutschen Bundesländer qualifizieren sich durch erhebliche Leistungssteigerungen und Bestandaufstockungen und es werden einheitliche und große Ferkelpartien aus einer Herkunft produziert. Ostdeutschland hat zunehmend die Rolle als Ferkellieferant von Süddeutschland übernommen, beliefert aber gleichzeitig ost- und westdeutsche Schweinemäster (STETTER & SÖLTL 2019: 180; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 186).

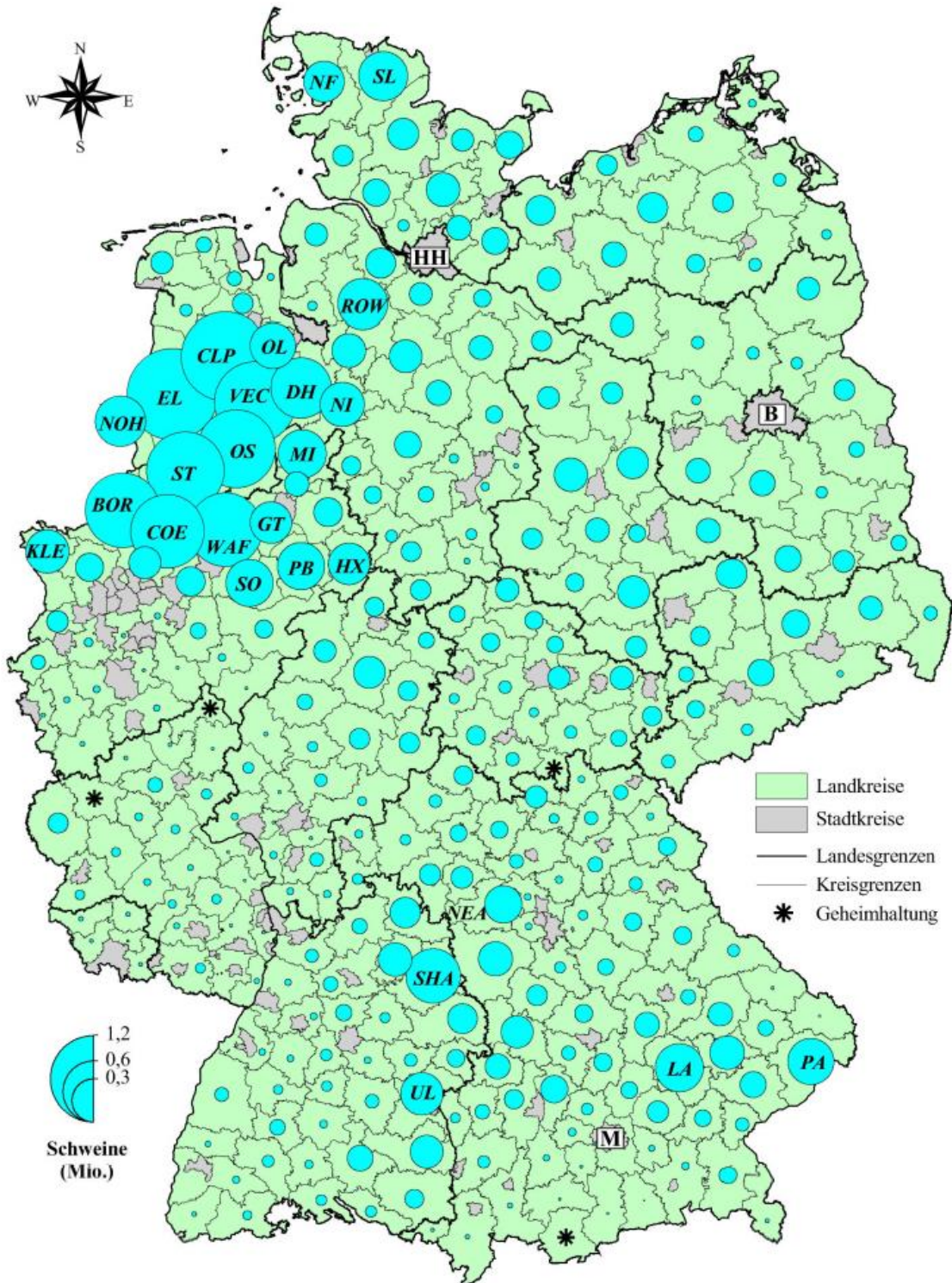
Unabhängig davon, ob die Ferkel importiert werden oder dem innerdeutschen Handel entspringen, ist zu konstatieren, dass überregionale Lieferungen wegen erhöhter Seuchenrisiken und aus Tierschutzaspekten Gegenstand zahlreicher öffentlicher Diskussionen sind und zudem ein Handicap für Strategien zur Abwehr von Krankheitserregern und der Qualitätssicherung darstellen. Insbesondere in Anbetracht stärkerer Restriktionen und Dokumentationspflichten beim Einsatz von Antibiotika fallen diese Tendenzen immer mehr ins Gewicht. Darüber hinaus stehen die Ferkelerzeuger weiteren enormen Herausforderungen gegenüber. Zu ihnen zählen zum Beispiel steigende Futter- und Energiekosten, niedrige Gewinne oder die steigende Nachfrage seitens der Mastbetriebe nach immer größeren Ferkelpartien mit einheitlichem Gesundheitsstatus (BELAYA 2014: 12; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 194).

Im Jahr 2018 wurden in Deutschland etwa 11,8 Millionen Mastschweine gehalten. Im Vergleich der Bundesländer fällt auf, dass die Bestandsentwicklung recht uneinheitlich verlief: In der Region Nordwest, wo mehr als die Hälfte aller deutschen Mastschweine in den Ställen stehen, ging der Bestand sowohl in Niedersachsen (-3,0 %) als auch in Nordrhein-Westfalen (-1,7 %) zurück. Auffällig ist, dass die Struktur der Mastschweinehaltung in Deutschland ebenfalls sehr unterschiedlich ist: Die größten Anlagen befinden sich in den neuen Bundesländern, wo 88 % aller Mastschweine in Beständen mit über 1.000 Tieren gehalten werden. Auch in Niedersachsen (64 %) und Nordrhein-Westfalen (44 %) ist die Schweinemast in derartig großen Anlagen

keine Seltenheit, während Süddeutschland wesentlich kleinere Strukturen aufweist, so dass dort 67 % der Mastschweine in Ställen mit weniger als 1.000 Tieren stehen. Schweinemäster aus den westlichen Bundesländern halten durchschnittlich 550 Tiere, in den östlichen Bundesländern sind es durchschnittlich etwa 1.800 Tiere (EFKEN 2016: 46; STETTER & SÖLTL 2019: 180 ff.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 182).

Die herausragende Stellung Nordwestdeutschlands im Hinblick auf die bundesweite Schweinehaltung wird in der nachfolgenden Karte verdeutlicht (vgl. Abbildung 14).

Abbildung 14 - Schweinebestände in den Landkreisen Deutschlands



Quelle: BÄURLE und TAMÁSY (2012: 38).

### 5.1.2 Viehhandel

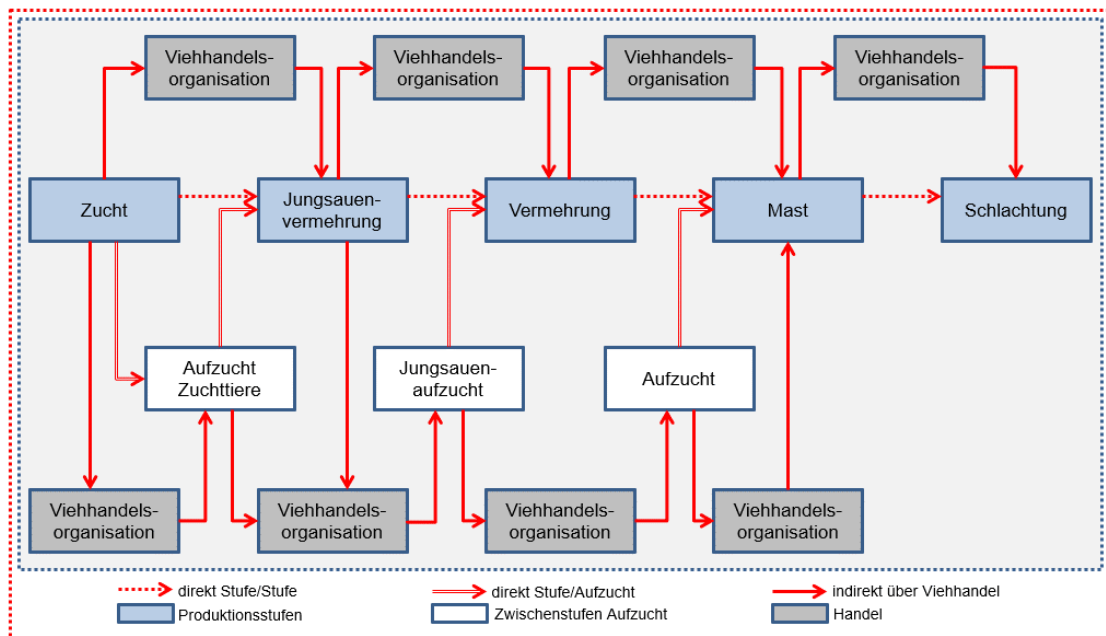
Der gegenwärtige Strukturwandel im Agribusiness und der Fleischwirtschaft hat sich in den vergangenen Jahren direkt oder indirekt auch auf diejenigen Unternehmen ausgewirkt, welche sich auf die Vermarktung von Ferkeln sowie Zucht- und Schlacht-



tieren spezialisiert haben. Vor diesem Hintergrund gilt auch für die Viehhandelsstufe, die eigenen Unternehmensstrategien zu überdenken, um mit dem gestiegenen Wettbewerb Schritt halten zu können (PETERSEN et al. 2010: 9).

Im Gegensatz zu anderen EU-Staaten erfolgt die deutsche Schweinefleischerzeugung traditionell und vornehmlich nach einem ‚zweistufigen System‘, wie vorliegende Untersuchungen und Studien zur Schlachtviehvermarktung belegen (vgl. TRAUPE 2002; SPILLER et al. 2005; VOSS 2011). Diese Zweistufigkeit bedeutet, dass Schlachthöfe die schlachtreifen Schweine nicht direkt vom landwirtschaftlichen Erzeuger, sondern von Viehhandelsorganisationen beziehen, welche die Tiere – meist regionaler Herkunft – bündeln, transportieren und vermarkten. Die gleiche Aufgabe übernehmen sie auch in der Kunden-Lieferanten-Beziehung zwischen Aufzucht- und Mastbetrieben. Insofern nimmt die Viehhandelsstufe innerhalb der Wertschöpfungsaktivitäten im Bereich der Schweinefleischerzeugung quasi eine Hybridstellung ein: Der Viehhandel ist für die landwirtschaftliche Primärproduktion sowohl Dienstleister im Ferkelbezug (vorgelagerter Bereich) als auch Vermarkter der gemästeten Schweine (nachgelagerter Bereich) und somit Bindeglied zur Fleischindustrie (Schlacht- und Verarbeitungsstufe), wie die nachfolgende Abbildung 15 zeigt (PETERSEN et al. 2010: 9).

Abbildung 15 - Interaktionen in der Schlachtviehvermarktung



Quelle: in Anlehnung an SCHÜTZ (2009: 23).

Viehhandelsorganisationen – aber auch Viehtransportunternehmen und Viehsammelstellen – müssen nach §12 Viehverkehrsverordnung (ViehVerkV) durch eine zuständige Behörde zugelassen werden, sofern der Betrieb Schlacht- beziehungsweise

Nutzvieh gewerbsmäßig unmittelbar oder über Dritte kauft und innerhalb von 30 Tagen nach dem Erwerb wieder verkauft oder in einen anderen Betrieb umsetzt. Zu den Hauptaufgaben eines Viehhandelsunternehmens gehören folglich die Bündelung von Nutz- und Schlachtvieh sowie die Vermarktung an verschiedene Abnehmer (RECKE et al. 2011: 4; THEUVSEN & RECKE 2008: 86 ff.; VOSS 2011: 9; VOSS & THEUVSEN 2010a: 12). In diesem Zusammenhang übernimmt der Viehhandel klassische Raumüberbrückungs-, Preisausgleichs- sowie Markterschließungsfunktionen, die dem Konzept der Handelsfunktionen nach SEYFFERT (1972: 6 ff.) entspringen. Darüber hinaus werden auch weitere Aufgaben und Dienstleistungen, wie die Versorgung der Landwirte mit nötigen Betriebsmitteln, die Gewährung von Krediten, Beratungen (z.B. Unterstützung bei der Qualitätssicherung), Kontrollen rund um die Schlachtung (z.B. Schlachtdatenüberwachung, Schlachtabrechnungskontrolle, Schlachtdatenüberwachung) oder Verwaltungstätigkeiten (z.B. Rechnungslegung), wahrgenommen (RECKE et al. 2011: 4; SCHÜTZ 2009: 22 f.; VOSS 2011: 9 f.; THEUVSEN & FRANZ 2007: 90 ff.; VOSS & THEUVSEN 2010a: 12 f.).

Eine deutschlandweite empirische Studie aus dem Jahr 2010 konnte etwa 1.700 Unternehmen ermitteln, die im Viehhandel tätig sind (VOSS 2011: 8). Dabei wird unter Berücksichtigung detaillierter Primärdaten vom Statistischen Bundesamt davon ausgegangen, dass die Anzahl der aktiven Viehhandelsunternehmen seit dem Jahr 2005 um etwa 30 % zurückgegangen ist. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass eine Vergleichbarkeit dieser Erhebungen aufgrund unterschiedlicher Erhebungsmethoden nur bedingt möglich ist. Nichtsdestotrotz werden der starke Strukturwandel und die Entwicklungstendenzen innerhalb der Viehhandelsbranche eindrucksvoll belegt.

### **5.1.3 Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung**

Im Jahr 2020 wurden in der gesamten Bundesrepublik Deutschland (BRD) 53,28 Millionen Schweine geschlachtet (-3,5 %, -1,91 Mio. Schweine). Trotz leicht rückläufiger Zahlen in den letzten drei Jahren wurden in der letzten Dekade die Schlachtkapazitäten ausgeweitet. Diese Entwicklung ist Resultat einer eindeutigen Zielrichtung der Schweineschlachter, die eine kontinuierliche Steigerung der Schlachtkapazitäten vorsieht und allein auf eine Steigerung der heimischen Produktion zurückzuführen ist. Denn während das Schlachtaufkommen an Schweinen inländischer Herkunft anstieg, kam es zu einer Reduktion der Schlachtzahl von importierten Schweinen, die in deutschen Betrieben geschlachtet wurden (DESTATIS 2021; DESTATIS 2016; ISN 2021).

Auf der Schlacht-, Zerlegungs- und Verarbeitungsstufe (SZV), der sogenannten ‚roten‘ Seite, sind wesentlich konzentriertere Strukturen vorzufinden als auf der ‚grünen‘

Erzeugerebene. Allerdings ist dieser Konzentrationsgrad im internationalen Kontext (z.B. USA, Dänemark) noch als vergleichsweise moderat einzuordnen. Insbesondere diese Wertschöpfungsstufe ist ein guter Beleg für die zunehmend dichter werdende Verzahnung des gesamten Produktionsnetzwerks. So haben viele große Schlacht- und Verarbeitungsunternehmen mittlerweile durchgehende Verarbeitungsketten vom Lebetier bis hin zum verpackten Frischfleisch beziehungsweise zur Wurst aufgebaut (WBA 2015: 39ff.). Insgesamt existieren etwa 4.300 EU-zugelassene Schlachtbetriebe<sup>35</sup> in Deutschland, wobei die Anzahl der Schweineschlachtbetriebe erheblich abnimmt und der Markt in quantitativer Hinsicht von kleineren Unternehmen dominiert wird (STETTER et al. 2019: 170 ff.; STETTER & SÖLTL 2019: 193 f.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 193).

Die beschriebenen, starken Konzentrationstendenzen reflektieren sich in den Marktanteilen der führenden Schlachtunternehmen. In diesem Zusammenhang verfügen die zehn größten Schlachtbetriebe in Deutschland über einen konstanten Marktanteil von über 80 %, wobei die größten vier Unternehmen alleine einen Anteil von fast 65 % haben (ISN 2021; STETTER & SÖLTL 2019: 193; WBA 2015: 39). In nachfolgender Tabelle 4 sind die führenden Unternehmen der Schweineschlachtbranche in Deutschland zusammengefasst.

---

<sup>35</sup> Darin enthalten sind auch die selbstschlachtenden Metzger und Direktvermarkter. Nach Angaben des Deutschen Fleischer-Verbandes (DFV) gab es im Jahr 2018 etwa 12.500 eigenständige Meisterbetriebe, so dass nur noch fast jede dritte Metzgerei selbst Schweine schlachtet. Diese Entwicklung resultiert aus der Umsetzung der EU-Hygienerichtlinie in Deutschland im Jahr 2009. Nach dieser benötigen alle Schlachtbetriebe eine EU-Zulassung, die oftmals mit baulichen und hygienischen Investitionen verbunden ist. In der Folge beziehen die meisten der bundesweit ansässigen Metzgereien ihr Fleisch in Form von Schweinehälften oder Teilstücken aus der Schlachtindustrie (STETTER & SÖLTL 2019: 193 f.).

Tabelle 4 - 'Top 10' der deutschen Schweineschlachtbetriebe

Rang	Unternehmen	Bundesland	Schlachtungen in 2020 (in Mio.)	Marktanteil (in %)	Veränderung zu 2019 (in %)
1	Tönnies, Rheda-Wiedenbrück	Nordrhein-Westfalen	16,30	30,6	-2,4
2	Vion, Düsseldorf	Nordrhein-Westfalen	7,6	14,3	0,0
3	Westfleisch, Münster	Nordrhein-Westfalen	7,47	14,0	-3,0
4	Danish Crown, Essen (Oldb.)	Niedersachsen	3,10	5,8	-6,6
5	Müller Gruppe, Birkenfeld	Baden-Württemberg	2,10	3,9	0,0
6	Böseler Goldschmaus, Garrel	Niedersachsen	1,85	3,5	4,5
7	Tummel, Schöppingen	Nordrhein-Westfalen	1,55	2,9	0,6
8	Steinemann, Steinfeld	Niedersachsen	1,35	2,5	10,7
9	Willms Fleisch, Ruppichterorth	Nordrhein-Westfalen	1,34	2,5	2,3
10	Simon, Wittlich	Rheinland-Pfalz	1,11	2,1	0,0
<b>gesamt TOP-10</b>			43,77	82,2	-1,4
<b>Deutschland insgesamt</b>			53,28	100,0	-3,5

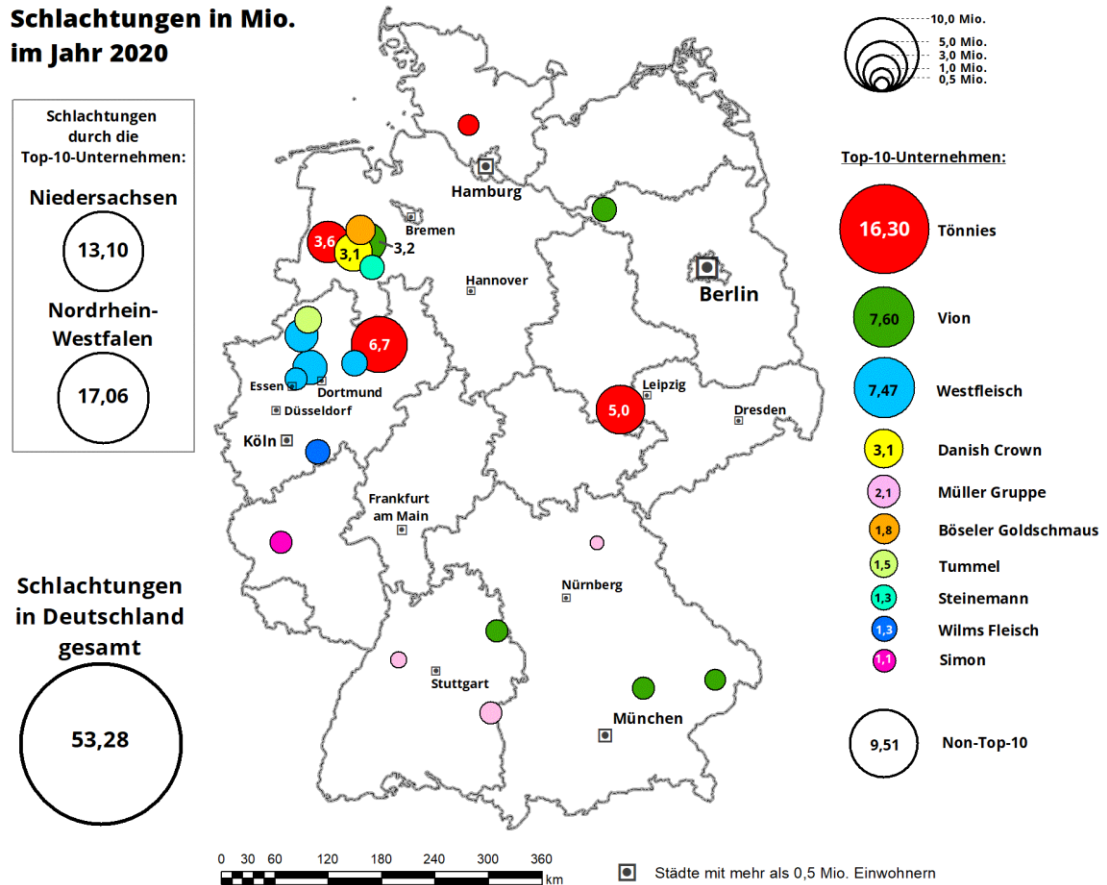
Quelle: ISN (2021).

Insgesamt ist der deutsche Schlachtschweinesektor relativ stark fragmentiert. Der Wettbewerbsvorteil der kleineren Unternehmen scheint darin zu liegen, dass sie schnell und flexibel auf Marktentwicklungen reagieren können und im Allgemeinen sehr innovativ sind. Im Gegensatz dazu ist es ihnen aufgrund der kleinen und häufig veralteten Schlachthanlagen schwer möglich, Skaleneffekte durch die Ausweitung von Schlachtkapazitäten zu erzielen. Es kommt für diese Unternehmen – vor allem im internationalen Kontext – darauf an, die Kostenstruktur (Optimierung der Produktionsprozesse) und das Marketing zu verbessern, um auch künftig am Markt existieren zu können. Auch gilt es, eine Steigerung der Wertschöpfung durch eine höhere Verarbeitungstiefe zu erreichen. Die in den vergangenen Jahren zunehmenden Markteintritte ausländischer Konzerne, wie ‚Danish Crown‘ und ‚Vion‘, sind ein Indikator dafür, dass der Standortwettbewerb im Bereich des Schlacht- und Verarbeitungssektors härter wird. Gerade der Standort Deutschland erscheint dabei zunehmend lukrativ für international agierende Akteure (ISN 2016; ISN 2015b; STETTER et al. 2019: 170 ff.; SPILLER et al. 2005: 108; VEAUTHIER 2011: 45; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 193).

Nachfolgende Abbildung 16 visualisiert in grafischer Weise die Verteilung der Schlachtmengen innerhalb des ‚Top 10‘ – Rankings. Nordwestdeutschland nimmt mit Blick auf die von den ‚Top 10‘ – Unternehmen geschlachteten Schweine eine herausragende Stellung ein und es findet – analog zur gesamten Veredelungswirtschaft – auch in diesem Sektor eine deutliche räumliche Konzentration statt (DEIMEL 2010: 4). Im bundesweiten Vergleich aller geschlachteten Schweine sind seit Jahren vor allem die Bundesländer Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen von großer Bedeutung.

So wurden allein im Jahr 2019 rund 65 % aller Schweine in diesen beiden Bundesländern geschlachtet (AMI 2020).

Abbildung 16 - Verteilung der Schlachtmengen nach 'Top 10' - Unternehmen



Quelle: eigene Darstellung (Kartenbearbeitung G. Bohmann in Anlehnung an ISN 2021).

Obwohl ein nicht unerheblicher Teil der Schlachtunternehmen im Schweinefleischsektor mittlerweile über betriebseigene Grob- und Feinerlegungs- sowie Verarbeitungskapazitäten verfügt und somit ein Teil der Zwischenprodukte im entsprechenden Unternehmensverbund zirkuliert, existieren unterschiedliche Optionen zur Weitervermarktung: Das Kundenspektrum reicht dabei von kleineren Metzgereien und Fleischereifachgeschäften über Zerlege- und Verarbeitungsbetriebe bis hin zu den Fleischwerken des LEH. Der Kundenstamm der größeren Schlachtunternehmen gilt als stark ausdifferenziert, da sowohl namhafte (Marken-)Fleischverarbeiter als auch bedeutende Unternehmen des LEH beliefert werden. Gemäß dieser heterogenen Abnehmerstruktur kann die Angebotspalette der Schlachtunternehmen neben Vor- und Zwischenprodukten mit weiterem Veredelungsbedarf auch direkt für den Handel bestimmte Endprodukte umfassen. Es ist zu konstatieren, dass die Unternehmen der Schlacht- und Verarbeitungsstufe im erheblichen Maße miteinander ver-

netzt sind, womit ein erheblicher Nachweis für die Multiskalarität des Produktionsnetzwerks Schwein erbracht wird (KLEIN 2015: 106 f.). Dennoch sind auch im Segment der Fleischverarbeitung starke räumliche Unternehmenskonzentrationen in Richtung Nordwestdeutschland feststellbar. Allein die beiden Bundesländer Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen produzieren annähernd 70 % des deutschen Schweinefleischs (DESTATIS 2016).

Eine zusätzliche Option der Weitervermarktung bietet das Exportgeschäft, welches an Bedeutung gewinnt und für die Schlacht- und Verarbeitungsunternehmen einen wichtigen Stützpfiler darstellt. Ein gesättigter Binnenmarkt verpflichtet quasi sämtliche Schlacht- und Verarbeitungsbetriebe dazu, stärker international zu agieren (VERNOOIJ 2007: 6), so dass die Exportquoten einer nicht geringen Anzahl von Unternehmen bei annähernd 50 % liegt (STETTER et al. 2019: 170 ff.). Allerdings setzt die Bearbeitung der unterschiedlichen Zielmärkte eine hohe Sensibilität für die jeweiligen Ansprüche, Nachfragepräferenzen und Qualitätsansprüche voraus. Darüber hinaus können auch andere marktbegleitende Entwicklungen, wie zum Beispiel Wechselkursschwankungen oder Handelsbarrieren zu erheblichen Unsicherheiten und Risiken im Exportgeschäft führen (KLEIN 2015: 117 f.).

#### **5.1.4 Lebensmitteleinzelhandel**

Der (filialisierte) LEH ist mit einem Umsatzanteil bei Fleisch von mehr als 75 % der mit Abstand wichtigste Absatzweg der Schlacht- und Verarbeitungsstufe<sup>36</sup>. Als vorletztes Glied der Wertschöpfungskette verkauft der LEH die in den vorgelagerten Wertschöpfungsstufen erzeugten Produkte an den Konsumenten weiter und ist somit wesentlicher Intermediär zwischen Konsumgüterindustrie und Endverbrauch. Im Gegensatz zum Großhandel werden also von anderen Marktteilnehmern beschaffte Waren nicht an gewerbliche Betriebe, sondern an private Haushalte vertrieben (EFKEN et al. 2015: 12; RECKE et al. 2011: 17; SPILLER et al. 2005: 114).

In den vergangenen Dekaden hat der LEH einen fortschreitenden Konzentrationsprozess durchlaufen: Im Jahr 1999 hatten die größten acht Lebensmittelhändler zusammen einen Marktanteil von etwa 70 %, während im Jahr 2019 rund 76 % der Marktanteile auf nur fünf Unternehmen verteilt waren. Somit sind Einzelhandelsketten im Bereich des Lebensmittelhandels noch stärker konzentriert als die Schlacht- und Verarbeitungsstufe (BKARTA 2014: 9 f.; BKARTA 2016; THEUVSEN & RECKE 2008: 81 f.;

---

<sup>36</sup> Neben dem LEH findet der Absatz über Fleischerfachgeschäfte (FFG), Großverbrauchereinrichtungen (z.B. Mensen, Kantinen), Gastronomiebetriebe statt. Der Direktabsatz über Ab-Hof-Verkauf, Wochenmärkte und Lieferdienste sind von (untergeordneter) Bedeutung (SPILLER et al. 2005: 114).

TOPAGRAR 2021; WBA 2015: 41) und in fast allen (westlichen) Industrieländern als die „(...) *new masters of the food system*“ (FLYNN & MARSDEN 1992: 90) etabliert.

Bei der Betrachtung von Entwicklung und Struktur (der Spitzengruppe) des LEH bleibt oftmals unberücksichtigt, dass es sich um deutlich unterschiedliche Unternehmen und Unternehmensgruppen handelt, die dem Verbraucher mit inhomogenen Vertriebsformen und –strategien entgegentreten und miteinander oftmals nur bedingt im Wettbewerb stehen. Die gegenwärtigen Organisationsformen gelten als der vorläufige Endpunkt eines strukturell unterschiedlich verlaufenen Entwicklungsprozesses der Warendistribution. Nachdem die Groß- und Einzelhandelsstufe in früheren Zeiten weitgehend unverbunden und zersplittert war, weist der LEH heute dominierende und integrierte Strukturen auf, die in einer Zentralisierung der Systeme und (weitestgehend) Integration von Groß- und Einzelhandel mündet. Diese Prozesse vollziehen sich sowohl auf konzentrativer (Konzern) als auch auf kooperativer Basis (Genossenschaften und freiwillige Ketten) und haben – aus ökonomischer Sicht – erhebliche Effizienzeffekte zur Folge. Zum besseren Verständnis bietet sich an dieser Stelle eine Typologisierung des LEH in drei strategische Gruppen an: Zentralisierte, internationale Konzerne (z.B. Metro, Aldi, Lidl) bilden die erste Gruppe. Zur zweiten Gruppe gehören national (z.B. Edeka) und international (z.B. Rewe) operierende Kooperationsgruppen, in denen sowohl selbständige Kaufleute als auch von der Gruppenzentrale geführte Filialen (Regiebetriebe) agieren. In der dritten Ausprägung sind mittelständische Filialunternehmen zusammengefasst, die über eine regional verdichtete Filialstruktur verfügen (z.B. Bütting, Globus, Dohle, tegut) (MONOPOLKOMMISSION 2012: 348; SPILLER et al. 2005: 114).

Mit Blick auf die unterschiedlichen Betriebsformen im LEH ist ebenfalls ein anhaltender Wandel erkennbar, der – angetrieben durch das Vordringen kostengünstiger Betriebsformen – einen fortlaufenden Selektionsprozess aufweist. Generell ist zwischen ‚Discounter‘ und ‚Vollsortimenter‘ zu unterscheiden: ‚Discounter‘ zeichnen sich durch ein vergleichsweise flaches Sortiment mit relativ wenigen Artikeln, eine hohe Warenumschlagsfrequenz sowie eine geringe Service- und gleichzeitig starke Preisorientierung aus. ‚Hard-Discounter‘ (z.B. Aldi) weisen die Besonderheit auf, dass das Sortiment vorwiegend aus Handelsmarken besteht. In ‚Soft-Discountern‘ hingegen ist der

Anteil von Herstellermarken wesentlich größer<sup>37</sup>. ‚Vollsortimenter‘ haben ein tieferes und mit Serviceleistungen kombiniertes Sortiment, welches auch von Fremdbedienungselementen (z.B. Bedientheken) und einem teils größeren Anteil von Nonfood-Sortimenten gekennzeichnet ist. Eine kleinteiligere Differenzierung unterteilt die vollsortimentierte Betriebsform anhand ihrer Verkaufsflächen in ‚Supermärkte‘, ‚Verbrauchermärkte‘ sowie ‚SB-Warenhäuser‘. Ohne spezialisierte Geschäfte und den nicht organisierten LEH existierten in Deutschland 37.400 Lebensmittelgeschäfte, wobei etwa 45 % davon zu den Discountern zählen. Ergo ist die Entwicklung der Betriebsformen im LEH von einer überdurchschnittlichen Ausbreitung der Discounter und somit einem Vordringen preisorientierter Vertriebsformate gekennzeichnet (EFKEN et al. 2015: 12; MONOPOLKOMMISSION 2012: 349; THEUVSEN & RECKE 2008: 82; TOPAGRAR 2021; WEY 2011: 1).

Mit Blick auf das Produktsegment Fleisch wird deutlich, dass die Discounter bei allen Fleischarten den Markt dominieren. Unstreitig ist daher, dass der Preis beim Fleischein Kauf ein entscheidendes Kaufkriterium ist. Nachdem bereits einige kleinere Discounter (z.B. Netto, Penny und Plus) in das Selbstbedienungs-Frischfleisch-Segment eingestiegen waren, führte insbesondere die Listung von frischem Schweinefleisch durch Lidl und Aldi-Nord im Jahr 2003 zu einem sprunghaften Anstieg des Marktanteils in diesem Bereich. Durch den zwei Jahre später erfolgten Markteintritt von Aldi-Süd, dem Eintritt weiterer Marktfolger und einer kontinuierlichen Sortimentsausweitung im Bereich Frischfleisch wurde diese Entwicklung beschleunigt. Beachtenswert ist, dass der Fleischabsatz der beiden großen deutschen Discounter (Aldi und Lidl) sich in den ersten Jahren nach Markteinführung jeweils verdoppelt hat (BEILE et al. 2007: 35; EFKEN et al. 2015: 12; HOFFMANN 2005: 48; SPILLER et al. 2005: 119; THEUVSEN & RECKE 2008: 82).

---

<sup>37</sup> ‚Handelsmarken‘ sind vom LEH geführte Exklusivmarken oder auch Eigenmarken, die im Auftrag des Handels von unternehmenseigenen oder dritten Herstellern produziert werden. Darüber hinaus ist der Distributionsgrad einer Handelsmarke auf das jeweilige Handelsunternehmen oder die jeweilige Beschaffungskoooperation begrenzt. Die Begriffe ‚Handelsmarke‘, ‚Eigenmarke‘, ‚Hausmarke‘ oder auch ‚Private Label‘ werden in der Literatur häufig synonym verwendet. Als ‚Herstellermarken‘ oder auch ‚Markenartikel‘ bezeichnet man Produkte, die unter der Marke des Herstellers in Umlauf gebracht werden und der Hersteller gegenüber dem Endkunden identifizierbar ist. Eine solche Marke hat Herkunfts-, Unterscheidungs-, Schutz-, Garantie- und Werbefunktion gegenüber anonymen und konkurrierenden Gütern beziehungsweise Markenartikeln. Zwischen diesen beiden Ausprägungen unterscheidet sich zudem die Art und Weise der Beschaffung erheblich: Markenartikel werden vom Hersteller entwickelt, beworben und sämtlichen Händlern zur Listung angeboten. Im Gegensatz dazu werden Handelsmarken von einem Händler oder einer Händlergruppe in Auftrag gegeben und in den Markt gebracht. So erfolgt die Produktion, nachdem die Herstellung des entsprechenden Produktes ausgeschrieben und an einen Hersteller vergeben wurde, exklusiv für den Händler oder die Händlergruppe (BKARTA 2014: 101; MONOPOLKOMMISSION 2012: 351).



### 5.1.5 Konsument

Der Konsument bildet das letzte Glied der Wertschöpfungskette und vollzieht den Endverbrauch von in der vorgelagerten Konsumgüterindustrie produziertem Fleisch und Fleischwaren. Trotz seiner weit hinten gelegenen Position in der kausalen Abfolge der unterschiedlichen Produktionsstufen ist der Verbraucher für das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein von zentraler Bedeutung. Er befindet sich direkt am *Point of Sale* und stellt mit seiner Kaufentscheidung eine wesentliche Triebfeder für die gesamte (vorgelagerte) Produktionskonfiguration dar. Auch nimmt der Verbraucher – wie später zu sehen sein wird – eine zentrale Stellung in der Interaktion zwischen den Hauptakteuren und den außerwirtschaftlichen Akteuren (‘interessengeleitete Akteure’ sowie ‘staatliche und politische Akteure’, vgl. Kapitel 5.2 und 5.3) ein.

Die Inlandsnachfrage nach Schweinefleisch ist seit den 1990er Jahren eher rückläufig, obwohl die Produkte aus diesem Lebensmittelsegment in Relation zu anderen Konsumgütern langfristig deutlich preiswerter geworden sind. Der tatsächliche Verzehr von Schweinefleisch wird nach Abzug von Knochen, Abfällen und Verlusten auf 72 % des gesamtwirtschaftlichen Verbrauches (Pro-Kopf-Verbrauch) geschätzt. Im Jahr 2018 war der Pro-Kopf-Verbrauch gegenüber dem Vorjahr mit 49,5 Kilogramm leicht abgesunken. Ergo ergibt sich daraus ein Verzehr von 35,7 Kilogramm pro Einwohner (BELAYA 2014: 12; DBV 2015: 25; STETTER & SÖLTL 2019: 195; WBA 2015: 73; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 184 f.). Entsprechend der Prognosen von SPILLER et al. (2010: 20 f.) ist bei anhaltenden Entwicklungstendenzen davon auszugehen, dass der Schweinefleischverzehr bis zum Jahr 2030 auf rund 37 Kilogramm sinken wird. Deutschland gehört somit zu den wenigen Industrienationen, die den *peak meat*<sup>38</sup> überschritten haben. Denn im Gegensatz zu den meisten Entwicklungsländern dieser Welt ist ein hoher (mengenmäßiger) Fleischkonsum in Deutschland und anderen westeuropäischen Staaten kein Statussymbol mehr (WBA 2015: 73).

Gegenwärtig beeinflusst eine Vielzahl unterschiedlicher Bestimmungsgrößen Menge und Art des (Schweine-)Fleischkonsums. Namentlich zählen zu diesen beispielsweise soziale und demographische Faktoren wie Einkommen, Alter, Geschlecht, steigender Ausländeranteil, aber vor allem auch Effekte der Schrumpfung bei gleichzeitiger Alterung der Gesellschaft. Stärkere Geltung als diese soziodemographischen Determi-

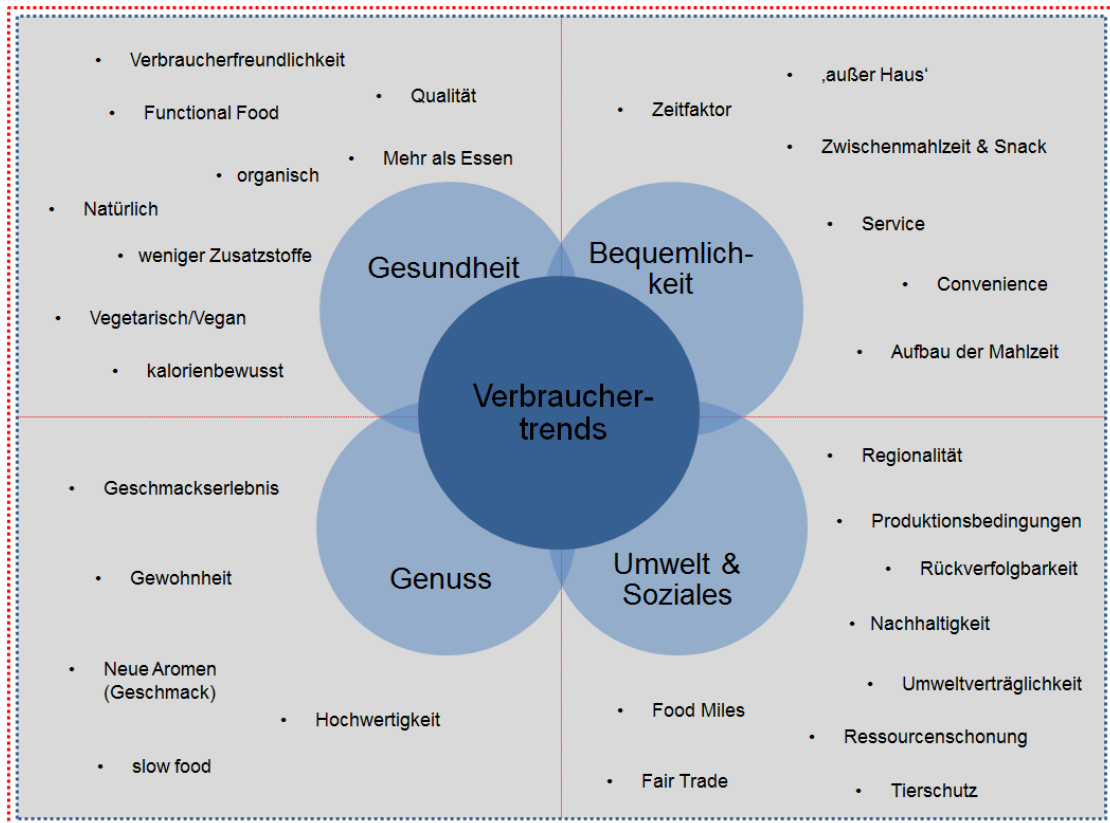
---

<sup>38</sup> Dieses Phänomen beschreibt den Umstand, dass einkommensstärkere und besser gebildete Haushalte tendenziell weniger (Schweine-)Fleisch als der Durchschnitt der Bevölkerung konsumieren. Die wirtschaftswissenschaftliche Theorie spricht in diesem Zusammenhang von einem ‚inferioren Gut‘, da mit steigendem Einkommen der Konsum sinkt (WBA 2015: 86; vgl. SPILLER & NITZKO 2015).

nanten haben in westlichen Ländern allerdings psychographische Dimensionen, die auf die individuelle Einstellung zu Fleisch und dessen Konsum abzielen. In diesem Zusammenhang besteht das Ziel eines Verbrauchers darin, den Fleischkonsum beispielsweise aufgrund von Gesundheits- und Diätaspekten einzuschränken. Vor allem Parameter wie der Nährwert, der wahrgenommene Einfluss auf die Gesundheit, Bedenken bezüglich verwendeter Zusatzstoffe und des Fettgehaltes von Fleisch sind dabei von zentraler Bedeutung (SPILLER et al. 2010: 20 ff.; WBA 2015: 74 ff.). Auch der Einfluss von Bezugsgruppen sowie ein geringes Vertrauen in die Informationen der Fleischwirtschaft und deren Produkte determinieren den Fleischkonsum. Darüber hinaus gelten das ambivalente Image von Fleisch und die schlechte Reputation der Fleischwirtschaft als wesentliche Triebfedern. Dennoch ist der Konsum von Fleisch für einen Großteil der Bevölkerung ein zentraler und unhinterfragter Bestandteil von Ernährung und Genuss (WBA 2015: 73 f., vgl. ALBERSMEIER & SPILLER 2010; CORDTS et al. 2013; PFRIEM et al. 2012; ROTHGERBER 2014).

Alles in allem beeinflussen jene Faktoren die Konsumentenentscheidungen im Lebensmitteleinkauf, die nicht mehr allein auf die Bereiche ‚Qualität‘ und ‚Preis‘ limitiert sind. Vielmehr steht die Einkaufsentscheidung gegenwärtig in einem Spannungsfeld, welches durch vielfältige Ziele, Präferenzen und Ansprüche gekennzeichnet ist. Neben Aspekten der ‚Bequemlichkeit‘ sind vornehmlich auch ‚Gesundheit‘, ‚Genuss‘ und ‚ethische Gesichtspunkte‘ wie soziale Gerechtigkeit, Umwelt- und Tierschutz sowie Ressourcenschonung von großer Relevanz (DANNENBERG 2012: 82). Nachfolgende Abbildung 17 fasst in grafischer Weise die Veränderungen im Einkaufsverhalten zusammen.

Abbildung 17 - Verbrauchertrends im Einkaufsverhalten



Quelle: in Anlehnung an HUGHES (2009: 9).

Im Jahr 2015 wurde ein Gutachten des ‚Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft‘ (WBA) veröffentlicht, in dem „(...) *Leitlinien und Empfehlungen für eine gesellschaftlich akzeptierte Nutztierhaltung entwickelt*“ wurden (WBA 2015: i). In Anlehnung an diese Publikation sind es vor allem ethische Faktoren, welche auf externe Effekte der Fleischproduktion und des Fleischverzehr abzielen und als Hauptdeterminanten des Konsums gelten. Übergeordnete Relevanz haben in diesem Zusammenhang Aspekte des Tierwohls, aus denen eine Reduzierung des Konsums hervorgeht (WBA 2015: 75, vgl. DE BOER et al. 2007; GRUNERT 2006; ZANDER et al. 2013).

Der Verzehr von Fleisch und anderen tierischen Erzeugnissen wirft besondere Fragen auf, die sich bei fast keinem anderen Produkt der Industriegesellschaft stellen und sogar bereits etablierte Produktionssysteme anzweifeln. Vor diesem Hintergrund sind der Umgang und die Haltung von Nutztieren, Tiertransporte und die Art des Tötens in der sich anfügenden Fleischproduktion wirtschaftliche Tätigkeiten, welche zu den wichtigen Charakteristika einer Zivilisation gehören. Unter tierethischen Gesichtspunkten sind sie beständiges Thema unterschiedlicher Wissenschaftsbereiche (z.B. Religion, Philosophie) und stehen unter einem zunehmenden Rechtfertigungs-

druck (WBA 2015: 57)<sup>39</sup>. Die ethische Perspektive weist im Kontext der Nutztierhaltung eine große Bandbreite an Standpunkten darüber auf, wie der Umgang zwischen Menschen und Tieren sein soll. Einerseits werden die Forderung nach Tierrechten und die damit oftmals einhergehende Ablehnung jeglicher Nutzung von Tieren (Standpunkt der Tierrechtsbewegung) sichtbar, die jedoch von einer Minderheit in der Bevölkerung vertreten wird. Andererseits wird der Verpflichtung, mit den in Nutztierhaltungen untergebrachten Tieren respektvoll umzugehen (Standpunkt der Tierschutzbewegung) in der breiten Bevölkerung zugestimmt. Ausgangspunkt dieser heterogenen Diskussionen und Positionen ist zunächst die Fähigkeit von Tieren, Schmerzen, Leiden und Emotionen zu empfinden. Weiterhin ist auch das Bedürfnis von Tieren hinsichtlich der Ausübung artgemäßer Verhaltensmuster ein wesentlicher Inhalt (ibid.: 69). In diesem Zusammenhang wird beispielsweise über Zuchtungsziele debattiert, welche bei Erreichung bestimmte problematische Verhaltensmuster – als Reaktion auf überfordernde und stresserzeugende Haltungsbedingungen (z.B. ‚Schwanzbeißen‘) – minimieren oder gar beseitigen sollen. Gleichzeitig kann dies jedoch Einschränkungen hinsichtlich der Fähigkeiten der Tiere bedeuten (ibid.: 59 f.).

In den vergangenen Dekaden sind – nicht zuletzt im Kontext der skizzierten ethischen Standpunkte – die gesellschaftlichen Anforderungen an das Tierwohl in Deutschland erheblich angestiegen. Dieser Wertewandel ist durch einen zunehmenden Anteil an Vegetariern, wachsende Tierschutzproteste und eine zunehmende Medienaufmerksamkeit quantifizierbar. Darüber hinaus bringt eine Vielzahl unterschiedlicher Veröffentlichungen und Studien zum Ausdruck, dass neben dem beschriebenen Wertewandel auch andere pragmatische Parameter für die zunehmende kritische Haltung gegenüber der Nutztierhaltung ursächlich sein können (vgl. z.B. KAYSER et al. 2012; KAYSER et al. 2011; ROMMEL et al. 2010; ZANDER et al. 2013): Fleischskandale, Entfremdung der landwirtschaftlichen Produktion durch Urbanisierung oder verminderte Möglichkeiten zur persönlichen Einschätzung der Nutztierhaltungen wegen (hygienebedingter) Abschottung der Ställe. Seit einigen Jahren wird die Aussicht gegeben, dass es gegenwärtig zu einer grundlegenden und langfristigen Veränderung des

---

<sup>39</sup> Bei der ‚Tierethik‘ handelt es sich um ein Segment der angewandten Ethik, welches eine augenscheinlich hohe gesellschaftliche und moralische Relevanz und Brisanz aufweist. Denn dieser Teilbereich beschäftigt sich mit Fragen eines angemessenen, gerechten und zugleich guten Umgangs der Menschen mit Tieren (BOSSERT 2014: 32 ff.). Im Rahmen der vorliegenden Arbeit ist es nicht möglich und zielführend, die gesamte Bandbreite des ethisch-fundierten Tierschutzdiskurses abzubilden, zumal eine unvollständige Darstellung der Wichtigkeit dieser gesellschaftspolitischen Thematik in keiner Weise gerecht würde. Insofern sei an dieser Stelle einmal mehr auf die Ausführungen des obig bereits erwähnten WBA-Gutachtens verwiesen (vgl. WBA 2015: 57 ff.).

Mensch-Tier-Verhältnisses kommen kann, welches in unterschiedlichen *Human-Animal-Studies* untersucht wird (WBA 2015: 59 ff.; WIEDENMANN 2009: 29).

Neben den Hauptakteuren („korporative Macht“) wird die funktionale und geographische Konfiguration des Produktionsnetzwerks Schwein – in direkter oder indirekter Weise – auch von interessen geleiteten („kollektive Macht“) sowie staatspolitischen Akteuren („institutionelle Macht“) beeinflusst, welche von unterschiedlichen Ebenen ausgehen (vgl. Abbildung 12, S. 88). Die nachfolgenden Teilkapitel nehmen eine Darstellung dieser beiden Akteursgruppierungen vor.

## **5.2 Interessengeleitete Akteure**

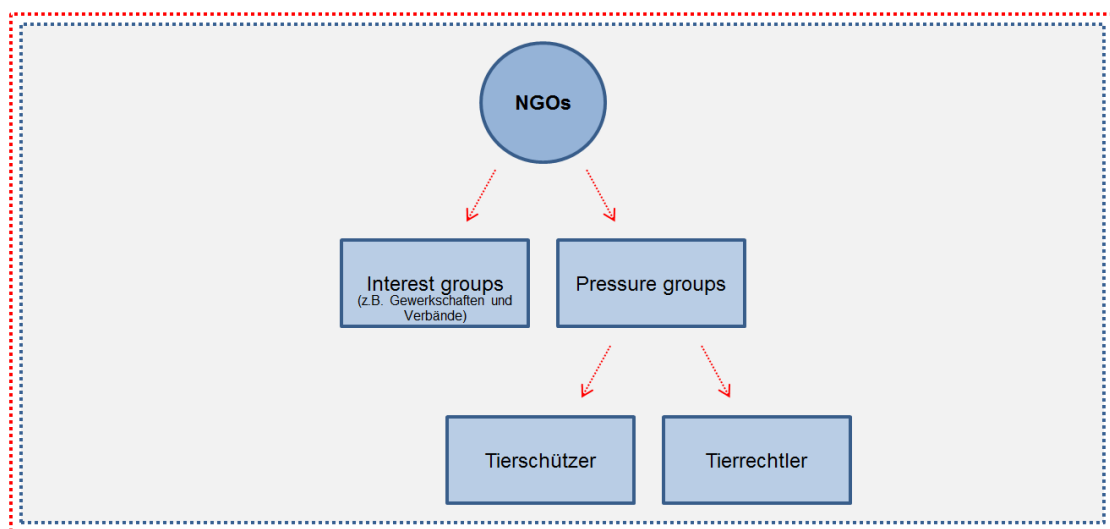
Die Schweinefleischbranche und die darin enthaltenen Produktionssysteme stehen seit einigen Jahren vermehrt im Zentrum des öffentlichen Interesses (ALBERSMEIER & SPILLER 2009: 215). Vor diesem Hintergrund wird unterstellt, dass „interessen geleitete Akteure“ insbesondere bei konsumorientierten Produkten eine erhebliche Wirkung auf die wertschöpfenden Aktivitäten und die Produktion nehmen (DANNENBERG 2012: 91) und somit für die Konfiguration des Produktionsnetzwerks Schwein von großer Bedeutung sind.

Die gesellschaftliche Diskussion und die zunehmende Kritik an der Veredelungswirtschaft haben seit den 1990er Jahren an Nachdruck gewonnen. Lag der Fokus zunächst vorwiegend auf der landwirtschaftlichen Primärproduktion (z.B. BSE, Schweinepest), stehen gegenwärtig auch die Viehhandelsstufe, die Schlacht- und Verarbeitungsstufe und der Lebensmitteleinzelhandel im Mittelpunkt des Interesses. Während auf der „grünen Seite“ der Produktion (Landwirte und Viehhandelsorganisationen) vor allen Dingen Prozessqualitäten im Kontext von Tier- und Umweltschutz angesprochen werden, sind es auf den nachgelagerten Verarbeitungsebenen vor allem die mangelhaften Arbeitsverhältnisse und die hohe Zahl ausländischer (Leih-) Arbeitskräfte, also überwiegend gewerkschaftliche Themen. Somit hat sich analog zu dem erweiterten Aufmerksamkeitsradius auch eine Differenzierung der Themenfelder eingestellt, mit der sich die gesamte Branche konfrontiert sieht (ALBERSMEIER & SPILLER 2009: 215; WBA 2015: 68).

Parallel zu den obig dargestellten Entwicklungstendenzen hat sich in den letzten Jahrzehnten eine Professionalisierung in der Zivilgesellschaft vollzogen, welche vor allem durch den drastischen Anstieg unterschiedlichster Formen von NGOs repräsentiert wird (ALBERSMEIER & SPILLER 2009: 216; SEIFER 2009: 24; ZANDER et al. 2013:

21 f.). Die in der Literatur prominenten Definitionen und Interpretationen zu dieser Begrifflichkeit umfassen ein breites Spektrum unterschiedlicher Ansätze und Typologisierungen (vgl. z.B. AKKAYA 2012; ALTVATER et al. 1997; BIETH 2012; BRUNNENGRÄBER et al. 2001; SEIFER 2009). Eine allgemeingültige Definition der UNO subsumiert unter dem Begriff NGO sämtliche Interessenvereinigungen und Verbände, wie (politische) Stiftungen, Kirche und kirchlich-karitative Organisationen, Arbeitgeberverbände, Wohlfahrtsverbände, wissenschaftliche Einrichtungen, Bürgerinitiativen sowie Lobbyorganisationen aus Wirtschaft, Handwerk und Gewerkschaft (ALTVATER et al. 1997: 13; SEIFER 2009: 24). Auch werden NGOs nicht selten als ‚*pressure group*‘ oder ‚*interest group*‘ bezeichnet, die versuchen, durch ihre Aktivitäten ‚von außen‘ Druck auszuüben (vgl. Abbildung 18). Allerdings ist zwischen diesen beiden Ausprägungen zu differenzieren: Zu den *interest groups* zählen die in der ökonomischen Sphäre operierenden Organisationen, wie Gewerkschaften, berufsständische Korporationen, Verbände oder Unternehmen. Zu den *pressure groups* hingegen zählen jene Organisationen, die vornehmlich bestimmte Werte vertreten und sich vermehrt den ‚weichen‘ politischen Themen (z.B. Umweltschutz, Menschenrechte oder Tierschutz) widmen (SEIFER 2009: 21). Unabhängig der definitorischen Auslegung ist unter einer NGO also ein Sammelbegriff für gesellschaftliche Vereinigungen zu verstehen, der von einem freiwilligen Organisationszweck gekennzeichnet ist. Somit unterscheidet sich jede NGO sowohl vom politisch-administrativen Auftrag staatlicher Akteure als auch dem ökonomischen Profitstreben wirtschaftlicher Institutionen (AKKAYA 2012: 60; KUHN 2005: 88).

Abbildung 18 - Unterteilung von NGOs



Quelle: eigene Darstellung.

NGOs sind darin bestrebt, Verhaltensänderungen von staatlich-politischen Akteuren und gewinnorientierten Unternehmen zu erwirken und richten ihre eigenen Strategien zur Einflussnahme danach aus. Sie bringen ihre Position in den Diskurs unterschiedlicher politischer Arenen und in konkrete Verhandlungssituationen ein, so dass es ihnen zunehmend gelingt, ihren Einfluss auf Politik, Wirtschaft oder das Verhalten von Konsumenten (z.B. in moralisch-ethischen Fragestellungen) zu steigern (DANNENBERG 2012: 91; SEIFER 2009: 26 f.). Es ist zu konstatieren, dass die von NGOs gestellten Ansprüche in der Regel vielfältig und fordernd sind. Darüber hinaus sind die inhaltlichen Ziele sowie deren Umsetzung issueabhängig und differieren nach Problemfeld und Politikarena. Die Aktivitäten und Verhaltensoptionen von NGOs zielen ab auf eine Beeinflussung von Policy-Inhalten (z.B. gemeinsam erarbeitete Konsenslösungen), Schaffung von Transparenz, Kontrolle und Monitoring von Politikprozessen, Herstellung von Problembewusstsein und Mitgestaltung von Diskursen. Die Strategien zur Erreichung dieser Ziele reichen von der Bereitstellung von Expertisen und Protestmobilisierung hin zu direktem Lobbying. Es ist – vor allem mit Blick auf einige *pressure groups* – nicht selten der Fall, dass über öffentliche Aufklärung ein gesellschaftlicher Druck entsteht, der in offenen Konflikten (z.B. Strafanzeigen, *Name and Shame*, Aufruf zu Boykotten, Sabotage) mündet. Neben den bereits etablierten Organisationen im Bereich Agribusiness und Nutztierhaltung (z.B. Greenpeace, BUND, PETA, NABU, Deutscher Tierschutzbund) spiegelt nicht zuletzt auch die Gründung neuer Organisationen (z.B. SOKO Tierschutz, ARIWA, Deutsches Tierschutzbüro) den Bedeutungszuwachs der *pressure groups* für das gesamte Produktionsnetzwerk (ALBERSMEIER & SPILLER 2009: 216 f.; DANNENBERG 2012: 91; SEIFER 2009: 30 f.).

Bei Betrachtung der *interest groups* nehmen vor allem die ‚Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft‘ (DLG) und das ‚Kuratorium für Bauwesen und Technik in der Landwirtschaft‘ (KTBL) eine Schlüsselrolle ein, da sie im Produktionsnetzwerk Schwein eine wesentliche ‚Brückenfunktion‘ zwischen den unterschiedlichen Ebenen erfüllen und betriebswirtschaftliche, produktionstechnische und tier- und umweltrelevante Erkenntnisse bündeln. Daneben gibt es noch zahlreiche nutztierrelevante Branchenverbände. Namentlich sind hier stellvertretend der ‚Deutsche Bauernverband‘ (DBV), die ‚Interessengemeinschaft der Schweinehalter Deutschlands‘ (ISN), der ‚Deutsche Raiffeisenverband‘ (DRV) oder der ‚Verband der Fleischwirtschaft‘ (VdF) zu nennen. Während die vorrangige Aufgabe dieser Vereinigungen primär in der politischen Interessenvertretung ihrer Mitglieder besteht,

tragen sie auch zur Vermittlung von Informationen und Innovationen bei (WBA 2015: 47 f.)<sup>40</sup>.

PR-Arbeit gehört zu den wichtigsten Instrumenten von NGOs. Denn durch das Erlangen der öffentlichen Aufmerksamkeit gelingt es ihnen, Druck aufzubauen, öffentliche Debatten zu beeinflussen und letztlich ihre eigenen Ziele zu erreichen. In diesem Zusammenhang prägen neben den NGOs insbesondere die unterschiedlichen Medienformate den gesellschaftlichen Diskurs und zählen somit ebenfalls zu den interessengeleiteten Akteuren im Produktionsnetzwerk Schwein. Das Kommunikationsvermögen unterschiedlicher Akteure und die Berichterstattung der Medien spielen eine entscheidende Rolle bei der Steuerung der öffentlichen Meinung und der Prägung von Frames (vgl. Kapitel 2.1.3). In diesem Kontext wird oftmals ein romantisierendes und verzerrtes Bild von landwirtschaftlichen Produktionszusammenhängen vermittelt, welches eine Diskrepanz zwischen der gesellschaftlichen Wahrnehmung und der Realität der modernen Fleischwirtschaft erzeugt (ALBERSMEIER & SPILLER 2009: 216; DANNENBERG 2012: 92 ff.; Voss 2009; ZANDER et al. 2013: 75 f.).

### **5.3 Staatliche und politische Akteure**

Neben den interessengeleiteten Akteuren nimmt die Politik mit der Schaffung ordnungspolitischer Rahmenbedingungen erheblichen Einfluss auf die Konfiguration des gesamten Produktionsnetzwerks im Bereich Schweinefleisch. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit bilden die staatlichen und politischen Akteure somit die zweite (und letzte) Ebene der außerwirtschaftlichen Akteure. Gleichsam endet mit diesem Teilkapitel die Darlegung der unterschiedlichen Akteure im Produktionsnetzwerk.

Mit zunehmender Konzentration der Nutztierhaltung (vgl. Kapitel 5.1.1) geht auch eine Steigerung negativer Agglomerationseffekte (z.B. Nährstoffüberschüsse, Ammoniakemissionen, Geruchs-, Staub- und Lärmbelästigungen, Tierseuchengefahren) einher, insbesondere in der Hochveredelungsregion Nordwestdeutschlands (‚Westfalen-Lippe‘ und ‚Weser-Ems‘). Als eine Folge dessen werden Umwelt- und Tierschutzaspekte zunehmend kritisch betrachtet und es ergeben sich Raumnutzungskonflikte, beispielsweise bei Stallneubauten in der Nähe von Wohn-, Industrie- oder Erholungsgebieten. In den vergangenen Jahren sind vermehrt Anstrengungen unternommen

---

<sup>40</sup> Neben den ausschließlich als Lobbyorganisation der Wirtschaft agierenden Organisationen werden im Rahmen der vorliegenden Arbeit auch die teilstaatlichen Einheiten, zum Beispiel Landwirtschaftskammer (LWK), unter den interessengeleiteten Akteuren subsumiert.



worden, diesen Entwicklungen – insbesondere in Gebieten mit hohen Viehdichten – entgegenzuwirken, so dass es vermehrt zu der Implementierung unterschiedlicher Auflagen und Standards kam (DAFA 2012: 15; WBA 2015: 31). Dabei ist anzumerken, dass die Teilhabe und der Einfluss der staatlich-politischen Akteure in Form konkret sanktionierbarer Regulierungen und Steuerungsinstrumente von der nationalen bis hin zur internationalen Ebene erfolgt, von denen nachfolgend die wichtigsten aufgeführt werden (DANNENBERG 2012: 85 ff.; EFKEN et al. 2015: 69 ff.; EFKEN 2016: 44; WBA 2015: 31 f.)<sup>41</sup>:

- ‚Rückverfolgbarkeit‘. Auf EU-politischer Ebene wurde die ‚Verordnung zur Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln, Futtermitteln und der Lebensmittelgewinnung dienender Tiere‘<sup>42</sup> erlassen. Im Rahmen dieser Verordnung sind sämtliche Betriebe des Lebens- und Futtermittelhandels dazu verpflichtet, nachzuweisen, dass sie über geeignete Systeme und Maßnahmenkataloge verfügen, die Rückverfolgbarkeit und den effizienten Rückruf bei Problemen der Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten. Damit einher geht die Kennzeichnungspflicht der Lebensmittelhersteller als Resultat unterschiedlicher Skandale im Kontext falscher Deklarierungen (z.B. Dioxin, Pferdefleisch).
- ‚Private Lagerhaltung‘. Die seit längerer Zeit anhaltend ungünstige Marktsituation im Bereich der Schweinefleischerzeugung veranlasste die EU-Kommission zur Eröffnung einer staatlich geförderten, privaten Lagerhaltung ab Anfang 2016<sup>43</sup>. Dabei handelt es sich um eine fakultative Beihilfemaßnahme, die als Marktstützungseingriff die Einlagerung von Schweinefleisch (Einfrieren) subventioniert und eine nachhaltige Entlastung des Marktes herbeiführen soll.
- ‚Gülleregister/Verbringungsverordnung‘. Nach einer seit dem Jahr 2010 bundesweit geltenden ‚Verordnung über das Inverkehrbringen und Befördern von Wirtschaftsdünger‘ (WDüngV) müssen in Verkehr gebrachte Mengen organischen Düngers (inklusive Gärresten) halbjährlich gemeldet werden. Ziel dieser Verordnung ist neben einer Erfassung der anfallenden Mengen vor allem eine verbesserte Nachvollziehbarkeit und Kontrolle der überbetrieblichen Nährstoffströme.

---

<sup>41</sup> An dieser Stelle der vorliegenden Arbeit erfolgt eine Auflistung der wichtigsten Regulierungen und Steuerungsinstrumente, die sich zwar vornehmlich auf den Bereich der landwirtschaftlichen Primärproduktion beziehen, jedoch erhebliche Auswirkungen auf die nachgelagerten Bereiche der Wertschöpfung haben. Mit dieser Vorgehensweise wird das Ziel verfolgt, den Einfluss der staatlich-politischen Akteure in exemplarischer Weise aufzuzeigen.

<sup>42</sup> = Verordnung (EU) Nr. 178/2002 mit Stichtag vom 01.01.2005.

<sup>43</sup> = Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 in Verbindung mit der Verordnung (EU) Nr. 826/2008.

- ‚Novelle Baugesetzbuch‘. In einer bundesweiten Novellierung des Baugesetzbuches, welches nach § 35 Landwirten ein Privileg zum Bauen im Außenbereich zugesteht, wurde die Privilegierung gewerblicher Stallbauvorhaben im Außenbereich abgeschafft. Stallbauvorhaben können also nach dieser Novelle im Jahr 2013 nur noch nach Erstellung eines Bebauungs- oder Vorhaben- und Erschließungsplanes realisiert werden. Die Regulierung bezieht sich lediglich auf Anlagen, deren Anzahl der Stallplätze über den Schwellenwerten der Pflicht zur Durchführung einer standortbezogenen Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP) liegen (z.B. 1.500 Mastschweine) oder diese mit dem Bauvorhaben erreicht werden. Es ist erklärtes Ziel, die Einflussnahme kommunaler Verwaltungseinheiten (Kreise, Städte, Gemeinden) auf geplante Bauvorhaben von großen Stallanlagen zu erhöhen und gleichzeitig eine Verringerung des Flächenverbrauchs zu erwirken.
- ‚Kastration neugeborener Ferkel‘. Das Kastrieren von Ferkeln ist seit April 2009 ohne die vorherige Verabreichung von Schmerzmitteln nicht mehr zulässig. Allerdings ist „(...) eine Betäubung nicht erforderlich für das Kastrieren von unter acht Tagen alten männlichen Schweinen (...)“ (TierSchG § 21 Abs. 1). Während diese Regelung seit dem 31.12.2018 bundesweit entfällt, streben es vereinzelte Bundesländer (z.B. Niedersachsen) an, die betäubungslose Kastration im Vorfeld zu beenden. Eine zur schmerzfreien Kastration gereichende Betäubung darf per Gesetz nur von einem Tierarzt durchgeführt werden, was zu einem enormen Anstieg der Kosten führt. Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten bei der Narkotisierung von Ferkeln (z.B. Injektionsanästhesie, Inhalationsanästhesie, CO<sub>2</sub>-Betäubung), allerdings ist die Betäubungsform nicht festgelegt. Jede Narkoseart birgt spezifische Vor- und Nachteile und teilweise sind die Anwendungen anderer Länder in Deutschland nicht zulässig. Es ist bisher nicht gelungen, adäquate Rahmenbedingungen im Kontext von schmerzfreier Kastration und Tierwohl zu schaffen (z.B. Wirtschaftlichkeit der Ferkelerzeugung, Probleme in der Ebermast).
- ‚Novelle Arzneimittelgesetz‘. Antibiotika stellen das prominenteste Instrument zur Behandlung von bakteriellen Infektionskrankheiten dar, allerdings haben in den vergangenen Jahren die Fälle von Antibiotika-Resistenzen in Deutschland erheblich zugenommen. Aus diesem Grund gehört der Einsatz von Antibiotika in der Nutztierhaltung zu den kontrovers diskutierten Themen in der Öffentlichkeit und den bedeutendsten politischen Arenen. Unterschiedliche Aussagen bezüglich resistenter Keime aus der (Nutz-)Tierhaltung führen zu Verunsicherungen. Die Sorge, dass etablierte Medikamente bei erkrankten Menschen und Tieren künftig ihre Wirkung verlieren oder der Einsatz von Antibiotika letztlich Resistenzen fördern,

ist groß. Mit der Novellierung des Arzneimittelgesetzes (AMG) im Jahr 2014 wird der Versuch unternommen, „(...) den Einsatz von Antibiotika auf das zur Behandlung von Tierkrankheiten absolut notwendige Maß zu beschränken und die Befugnisse der zuständigen Kontroll- und Überwachungsbehörden der Bundesländer deutlich zu erweitern“ (BMEL 2014). Im Rahmen der Novelle wurde eine (zentrale) Antibiotikadatenbank implementiert, mittels derer eine systematische, einzelbetriebliche Erfassung der Antibiotikaawendungen und –abgaben (Antibiotikamonitoring) erfolgt. Die daraus resultierende überbetriebliche Datengrundlage gibt allen Beteiligten (z.B. Nutztierhaltern, Verbraucherschutz) die Möglichkeit, zu erkennen, wie sich die (einzelbetriebliche) Situation im Bereich eingesetzter Antibiotika darstellt und wo Handlungsbedarf besteht. Eine sachgerechte Auswertung der Einsatzmengen sorgt für eine höhere Transparenz und Reduzierungsstrategien können daraus abgeleitet werden. Die AMG-Novelle wird als ein wichtiger Schritt zur Verbesserung des gesundheitlichen Verbraucherschutzes erachtet. Sie bietet Optimierungschancen im Bereich der (Nutz-)Tierhaltung und soll die Akzeptanz für landwirtschaftliche Produktionszusammenhänge beim Verbraucher fördern (ibid.).

- ‚Filtererlass‘. Durch den in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen geltenden Filtererlass besteht seit dem Jahr 2013 die Pflicht zur Errichtung von Abluftfiltern bei Neubauten von Schweinestallanlagen. Allerdings sind lediglich jene Anlagen betroffen, die nach dem Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG) einem Verfahren unter Öffentlichkeitsbeteiligung unterliegen<sup>44</sup>. Abluftfilter sollen die Umwelt und angrenzende Anwohner vor Ammoniak, Gerüchen, Staub und Keimen schützen.
- ‚Schwänzekupieren und Zähneschleifen neugeborener Ferkel‘. Das Kupieren der Schwänze bei neugeborenen Ferkeln ist seit Jahren Usus, um Kannibalismus innerhalb der Schweineherde vorzubeugen. Die innerdeutsche Gesetzgebung schreibt vor, dass „(...) für das Kürzen des Schwanzes von unter vier Tage alten Ferkeln (...)“ (TierSchG § 5 Abs. 3) keine Betäubung erforderlich ist. Die Bundesländer Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen verfolgen das Ziel, das Schwänzekupieren ab dem Jahr 2017 gänzlich zu beenden und schafft Schweinehaltern Anreize in Form von Prämien (zum freiwilligen Verzicht auf das Kupieren).

---

<sup>44</sup> Zu diesen zählen alle Stallneubauten, die über mehr als 2.000 Schweinemastplätze, 750 Sauenplätze oder 6.000 Ferkelplätze verfügen. Auch bereits bestehende Anlagen dieser Größenordnung werden behördlich überprüft und unterliegen gegebenenfalls einer fristgerechten Nachrüstungspflicht (EFKEN et al. 2015: 70; WBA 2015: 31).

Eine weitestgehend kongruente Problematik ergibt sich für das Abschleifen der Eckzähne neugeborener Ferkel zum Schutz der Mutter und der Wurfgeschwister. Denn verursacht durch die scharfen Eckzähne kann es beim Saugen der Ferkel zu Bisswunden und Verletzungen am Gesäuge der Sau kommen. Auch ist es nicht selten der Fall, dass durch diese Verletzungen Kontaminationen mit unterschiedlichen (krankheitserregenden) Keimen hervorgerufen werden. Und als Folge dessen kann es passieren, dass die Sau sich nicht mehr auf die Seite legt, um ihr Gesäuge für die Ferkel freizugeben. Vor diesem Hintergrund ist es in Anlehnung an das Tierschutzgesetz erlaubt, die Eckzähne von weniger als acht Tage alten Ferkeln ohne Betäubung abzuschleifen (TierSchG § 5 Abs. 4), während nach einer EU-Richtlinie in differenzierter Weise das Kupieren von Schwänzen erlaubt ist, „(...) wenn nachgewiesen werden kann, dass Verletzungen am Gesäuge der Sauen oder an den Ohren anderer Schweine entstanden sind“ (EU-Richtlinie 2001/93/EG). Immer wieder kommt es zu Diskussionen darüber, diese Verfahrensweise gänzlich zu verbieten. Als Folge werden steigende Ferkelverluste befürchtet.

Neben konkret sanktionierbarer Regulierungen bedienen sich die staatlich-politischen Akteure immer häufiger auch ‚weicherer‘ Steuerungsinstrumente wie beispielsweise der Definition von Leitbildern (z.B. Leitbild des ‚informierten Verbrauchers‘; SCHWAN 2009: 66 f.). Politische Leitbilder werden formuliert, um Verhaltensrichtlinien vorzugeben, die nicht oktroyiert werden können oder sollen. Sie sind eine indirekte Form der Steuerung gesellschaftlichen Handels, da sie darauf abzielen, Konsumenten, unterschiedliche zivilgesellschaftliche Gruppierungen und Unternehmen über Verhaltensangebote zu beeinflussen und haben daher – im funktionalen Sinne – eine moderierende Wirkung. Somit unterscheidet sich die Anwendung von Leitbildern von gesetzlichen Vorgaben und ist Ausdruck eines nicht-hierarchischen Staatshandelns, welches auf die Selbstorganisation der Gesellschaft vertraut (BRAUN & GIRAUD 2003: 160; DANNENBERG 2012: 87; SCHWAN 2009: 51 ff.).

Die obig aufgeführten (rechtlichen) Rahmenbedingungen und (direkten und indirekten) Steuerungsinstrumente sind Ausdruck einer konsistenten Dynamik auf Ebene der staatlich-politischen Akteure. Sie haben die Produktionskosten und den zu erbringenden Aufwand im Bereich Management und Dokumentation entlang der gesamten Wertschöpfung in der Schweinefleischbranche merklich erhöht (vgl. z.B. BEVERBORG 2013; GARBERT 2013), so dass künftig – vor allem in den nordwestdeutschen, stark

konzentrierten Veredelungsregionen – von einer deutlich gemäßigeren Ausdehnung der Tierhaltung auszugehen ist (WBA 2015: 32).

Aufgrund der Entwicklungen vergangener Jahre ist zu konstatieren, dass sich die politische Landschaft im Produktionsnetzwerk Schwein – nicht zuletzt durch eine gesellschaftliche Prägung – in einer Art Umbruchphase befindet, in der etablierte Erzeugungsverfahren zunehmend in Frage gestellt und in der Folge reglementiert werden (EFKEN et al. 2015: 6).

## **5.4 Zwischenfazit**

Das Ziel des vorangegangenen Kapitels war es, eine Darstellung der Strukturen und Interaktionsmuster aller Akteure im Produktionsnetzwerk Schwein vorzunehmen. Eine derartige ‚Bestandsaufnahme‘ hilft dabei, die Einbindung und die Aktionsradien der unterschiedlichen Akteure im Netzwerk besser nachvollziehen zu können. Zudem vereinfacht diese Vorgehensweise eine Identifizierung der zentralen, netzwerkbestimmenden Akteure zur Ermittlung der Machtkonstellationen innerhalb des Produktionsnetzwerks Schwein, als zentrales Ziel der nachfolgenden Ergebniskapitel.

Gemäß des zentralen Schaubildes der vorliegenden Arbeit (vgl. Abbildung 12, S. 88) bildet das Zusammenspiel der Hauptakteure die Wertschöpfungskette in der Schweinefleischbranche ab. Die wertschöpfenden Aktivitäten im Produktionsnetzwerk beginnen mit den landwirtschaftlichen Rohstoffen, namentlich der Produktion von Ferkeln und der sich anschließenden Schweinemast. Unmittelbar nach der Vermarktung und Schlachtung der gemästeten Tiere schließen sich verschiedene Phasen der Verarbeitung und die Distribution an, bis die Fleischwaren schließlich (überwiegend) im Lebensmitteleinzelhandel landen und von Konsumenten erworben werden können.

Alle den Hauptakteuren zugehörigen Unternehmen und Organisationen unterliegen seit Jahren einem erheblichen Strukturwandel, der durch Prozesse wie Konzentration, Spezialisierung und Intensivierung gekennzeichnet ist. Dieser strukturelle Wandel beeinflusst die Beziehungen aller an der Wertschöpfung beteiligten Akteure in hohem Maße (BÄURLE & TAMÁSY 2012: 5; NOLTE 2006: 5 ff.; RECKE et al. 2011: 6). Neben den wirtschaftlichen Akteuren stehen auch solche im Fokus, die zu den außerwirtschaftlichen Vertretern des Produktionsnetzwerks zählen und die Wertschöpfung ‚von außen‘ beeinflussen. Dabei handelt es sich um nicht-ökonomische (z.B. Forschungseinrichtungen), öffentliche (z.B. Regierung, Verwaltung) oder nicht-staatliche Akteure (z.B. Gewerkschaften, Verbände, NGOs). Subsumiert werden diese Gruppierungen unter den ‚interessengeleiteten‘ beziehungsweise ‚staatlich-politischen Akteuren‘.

Es wird deutlich, dass das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein durch ein Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen und Positionen gekennzeichnet ist.

Die Ebene der Hauptakteure weist hochprofessionalisierte und optimierte Wertschöpfungsstrukturen auf. Es herrscht unter allen Unternehmen der Veredelungswirtschaft ein stark ausgeprägter, globaler Wettbewerb, der einen erheblichen Preis- und Kostendruck verursacht. Auffällig ist, dass die daraus resultierenden Konsolidierungs- und Konzentrationstendenzen mit steigender Wertschöpfung in Richtung Kettenende zunehmen. So ist insbesondere auf den Wertschöpfungsstufen Fleischindustrie (Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung) und LEH ein durch stetige Expansionen gekennzeichnetes Vordringen großer, fokaler Unternehmen zu beobachten, die sich zunehmend als machtvolle Schlüsselakteure im gesamten Produktionsnetzwerk etablieren. Im Kontext derartiger Entwicklungen und unter Berücksichtigung ausländischer Erfahrungen (z.B. Dänemark, USA) ist in Deutschland künftig von deutlichen Effekten der Rückwirkung auf die Struktur der (vorgelagerten) ‚grünen‘ Seite auszugehen<sup>45</sup>. Somit geraten die Landwirtschaft und der Viehhandel in eine zunehmende strukturelle Abhängigkeit. Sie stehen deutlich marktmächtigeren Abnehmern gegenüber und die Zahl der Vermarktungsalternativen nimmt gleichzeitig ab. Insbesondere in den Hochveredelungsregionen Nordwestdeutschlands steht die grüne Seite einem regionalen Nachfrage-Monopol oder einem engen Nachfrage-Oligopol gegenüber (EFKEN et al. 2015: 3; RECKE et al. 2011: 17; SPILLER et al. 2005: 107). Aufgrund derartiger oligopolistischer Entwicklungen soll an dieser Stelle auf eine bereits getroffene Annahme verwiesen und rekuriert werden, die neben räumlichen Konzentrationsprozessen auch Machtkonzentrationen erwägt (vgl. Kapitel 4.1.2, S. 80 ff.). Demnach ist durch eine Kombination aus einer geringen Zahl von Marktteilnehmern und deutlichen Größenunterschieden zwischen den einzelnen Marktakteuren das Vorhandensein von Macht und Machtmissbrauch sehr wahrscheinlich (KRAMER 2012: 87).

Die Produktionsbestandteile von Fleischerzeugung, -verarbeitung und Handel werden gesellschaftlich und politisch zunehmend in Frage gestellt, so dass quasi sämtliche wertschöpfenden Aktivitäten massiver Kritik ausgesetzt sind. In diesem Kontext versuchen die außerwirtschaftlichen Ebenen des Produktionsnetzwerks (interessengeleitete Akteure und staatlich-politische Akteure) ihr Einflussvermögen zu erhöhen und sind gleichsam darin bestrebt, ihre Machtposition auszubauen. Diese Konstellation

---

<sup>45</sup> Das amerikanische Unternehmen ‚Seaboard‘ liefert ein besonders markantes Beispiel für Rückwirkungseffekte auf vorgelagerte Stufen. Denn als Resultat ansteigender Konsolidierung und Konzentration in der Schlachtbranche bietet das Unternehmen seinen Lieferanten (Schweinemästern) nur noch dann Vermarktungsverträge an, wenn die Betriebe über Anlagen von mindestens 6.580 Mastplätzen verfügen (SPILLER et al. 2005: 107).

find bereits in der theoretischen Fundierung zum Machtbegriff Nennung, indem die gesellschaftspolitischen Grundstrukturen von Macht- und Entscheidungskompetenz diskutiert wurden (vgl. Kapitel 2.1.4., S. 19 ff.).

Das Vorhandensein von Macht in seinen unterschiedlichen Ausprägungen wird in den nachfolgenden Kapiteln beschrieben. Um eine bessere Übersicht und eine Reduzierung der Komplexität zu erreichen, erfolgt die Ergebnisdarstellung zweigeteilt: Während zunächst die Machtaspekte auf Ebene der Hauptakteure dargelegt werden (Kapitel 6), erfolgt im darauffolgenden Kapitel eine Ausarbeitung dessen, wie die Machtkonfiguration zwischen den unterschiedlichen Ebenen ausgestaltet ist (Kapitel 7). Auch sei an dieser Stelle angemerkt, dass eine trennscharfe Abgrenzung der einzelnen Akteursebenen nicht immer möglich ist, da es immer wieder zu leichten Verscheidungen der Themenbereiche kommt.

## 6 Machtaspekte zwischen zentralen Akteuren im Produktionsnetzwerk

Nachdem im vorherigen Kapitel die Strukturen und Interaktionsmuster aller Akteure im Produktionsnetzwerk Schwein aufgezeigt wurden, erfolgt nun die qualitative Analyse der Netzwerkkonfiguration auf Basis der durchgeführten Experteninterviews<sup>46</sup>. Im Zentrum steht die Frage, wie die Beziehungsstruktur der beteiligten Akteure in räumlich-organisatorischer Hinsicht gestaltet ist und welche bi- und multilateralen Macht-konstellationen sich daraus ergeben.

### 6.1 Die grüne Seite der Macht

Den Ausgangspunkt für die Betrachtung korporativer Macht auf Ebene der Hauptakteure bildet die Situation auf den Wertschöpfungsstufen Landwirtschaft und Viehhandel. Dementsprechend werden die Macht- und Einflussfaktoren auf der grünen Seite der Veredelungswirtschaft in diesem Teilkapitel aufgezeigt.

#### 6.1.1 Ferkelimporte, Herkunftsnachweis und Kundenbindung

Ein wesentliches Element für die Konfiguration des Produktionsnetzwerks stellt die Verfügbarkeit von Ferkeln dar. Sofern die Vermarktung der Ferkel nicht direkt zwischen Erzeuger und Mäster erfolgt, werden die Tiere von den unterschiedlichen Viehhandelsorganisationen (vgl. Kapitel 5.1.2) vermarktet. In Deutschland werden etwa 70 % aller Ferkel auf diese Weise abgesetzt (vgl. Interviews BE 5, BE 7, BE 8). Neben spezifischen Qualitäten wie den Mast- und Schlachteigenschaften der Ferkel rücken beim Ferkelbezug seit einigen Jahren für eine zunehmende Anzahl an Mästern Parameter wie Gruppengröße<sup>47</sup> und aktuell zunehmend auch Ferkelgesundheit in den Vordergrund: Es wird eine einheitliche genetische Grundlage verlangt, einheitliche Hygiene- und Gesundheitsstati sowie standardisierte Aufzuchtbedingungen, die

---

<sup>46</sup> Bei direkten und indirekten Zitaten aus den Interviews werden die jeweiligen Experten unter Verwendung eines Kürzels anonymisiert (vgl. Kapitel 4.1.1). Hierfür gelten folgende Buchstabencodes: BE = Branchenexperten; IA = Interessengeleitete Akteure; LEH = Lebensmittelgroß- beziehungsweise Einzelhandel, Großverbrauchereinrichtungen; PE = Primärerzeugung (Ferkelerzeugung und Mast); SZV = Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung; SPA = Staatliche und politische Akteure; VH = Viehhandel.

<sup>47</sup> Der stetig voranschreitende Strukturwandel verursacht, dass immer weniger Mäster immer mehr Mastschweine halten. Diese Entwicklung ist insbesondere in den Mastzentren Nordwestdeutschlands erkennbar. So werden die Schweine dort in zunehmendem Maße in mehreren Ställen beziehungsweise auf mehreren Betriebsstandorten gemästet. Die Anforderungen der Schweinemäster zielen zunehmend auf große und einheitliche Ferkelpartien, so dass Größen von 100 bis weit über 1.000 Tiere erforderlich sind (STETTER & SÖLTL 2019: 192).



einen gleichmäßigeren Mastverlauf bei optimaler Futterabstimmung und einheitlichem Mastendgewicht gewährleisten. Für große und einheitliche Ferkelpartien werden über Mengenzuschläge deutlich höhere Preise bezahlt als für Kleingruppen (STETTER & SÖLTL 2019: 192; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 196 f.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 193). Auch gegenwärtig stammt ein Teil der Ferkel aus nichtorganisierten Betrieben mit unbekanntem Hygienestatus und uneinheitlicher Genetik. Diese werden vom Handel erfasst und dann in großen Mischpartien weitervermarktet (vgl. Interviews VH 4, VH 5, BE 12). Somit kommen nicht selten Tiere einer Ferkelpartie aus vielen unterschiedlichen Herkunftsbetrieben, woraus sich für den Mäster nicht nur erhöhte Infektionsrisiken, sondern auch verminderte Mastleistungen ergeben können. Zudem erzielen derartige Ferkel in der Regel lediglich unterdurchschnittliche Preise<sup>48</sup> (STETTER & SÖLTL 2019: 192; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 196 f.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 193).

Die Struktur der deutschen Ferkelproduktion ist hinter der massiven Ausweitung der Schweinemast zurückgeblieben (vgl. Kapitel 5.1.1), so dass dieser Teil der Erzeugung als „*Achillesferse des Gesamtsystems*“ (Interview BE 3) angesehen wird.

*„Lange Zeit war es ja so, dass bestimmte Partiegößen von Ferkeln in einer entsprechenden Homogenität nur im Ausland zu beziehen waren. Die Strukturen hinkten hier ja relativ lange hinterher. Mittlerweile haben wir ganz gut nachgerüstet, wobei der Ferkelbezug für viele Mäster immer noch ein großes Problem darstellt“* (Interview PE 2).

Etwa ein Fünftel der in Deutschland gemästeten Ferkel stammen aus den benachbarten Ländern Dänemark und den Niederlanden. Trotz eines stetigen Rückgangs der Sauenbestände in Dänemark seit 2006, sind die Dänen wegen der geschaffenen Produktions- und Organisationsstruktur in der Lage, immer größere Ferkelpartien (> 700 Stück) mit einheitlicher Genetik und definiertem Gesundheitsstatus zu wettbewerbsfähigen Preisen zu exportieren. Dementsprechend gelangen im Jahr 2018 etwa

---

<sup>48</sup> Der Ferkelmarkt unterliegt keinerlei Reglementierungen oder staatlichen Eingriffen, so dass die aufgerufenen Preise ausschließlich der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation entsprechen. Die Preise korrelieren im höchsten Maße mit der tatsächlichen Qualität der angebotenen Tiere. Bei vergleichbarer Notierungsbasis stellten sich im Jahresdurchschnitt 2018 zwischen dem Süden (Bayern: 42,80 €) und dem Nordwesten (Niedersachsen: 39,00 €) Preisunterschiede von 3,80 € pro Tier ein. Auch die großen Ferkelgruppen aus Dänemark, den Niederlanden und ostdeutschen Anlagen, die alle beschriebenen Anforderungen erfüllen und permanent am Markt verfügbar sind, lassen sich – sofern keine direkte Mästeranbindung vorhanden ist – in Phasen mit hohem Angebotsdruck nur noch mit deutlichen Preiszugeständnissen (teilweise unter der Notierungsbasis) vermarkten (STETTER & SÖLTL 2019: 189; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 199 f.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 189).

6,2 Millionen Ferkel (67 % der importierten Ferkel) aus Dänemark nach Deutschland. Auch der Anteil niederländischer Ferkel auf dem deutschen Markt war in 2018 beachtlich (etwa 63 % aller niederländischen Ferkelexporte gingen nach Deutschland) und wurde im Vergleich zum Vorjahr noch gesteigert (STETTER & SÖLTL 2019: 180; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 193 f.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 185; vgl. Interview BE 4).

Aufgrund der beschriebenen Situation in der Ferkelerzeugung ist die ‚grüne‘ Seite der Veredelungswirtschaft in ein Abhängigkeitsverhältnis zu ausländischen Lebendimporten geraten. Sollte es in den nächsten Jahren dazu kommen, dass Dänemark und die Niederlande die aus der spezialisierten Sauenhaltung entspringenden Ferkelmengen verstärkt selbst mästen<sup>49</sup>, stehen die deutschen Schweinemäster vor einer großen Herausforderung. Denn der alternative Bezug der benötigten Ferkelmengen ist schwer zu realisieren und würde den Kostendruck erheblich erhöhen (vgl. Interview BE 3).

Die Abhängigkeit der deutschen Primärproduktion im Rohstoffbezug (Bezug der Ferkel) beschreibt eine eindeutige Machtasymmetrie zugunsten der dänischen und niederländischen Sauenhalter. Denn diese sind – zumindest regional, in Bezug auf die nordwestdeutsche Agrarkompetenzregion – in der konkurrenzlosen Position, den Anforderungen der deutschen Schweinemäster nach homogenen und immer größeren Ferkelpartien kontinuierlich zu entsprechen. Der wirtschaftswissenschaftliche Diskurs postuliert unter einer derartigen Marktkonstitution, die durch limitierte Bezugsquellen und fehlende Konkurrenz gekennzeichnet ist, das Vorhandensein von Marktmacht (vgl. Kapitel 2.1.5, S. 26 f.). Ergänzend kann an dieser Stelle auf einen wesentlichen Inhalt der soziologischen Perspektive rekuriert werden, wonach die dänischen und niederländischen Ferkelproduzenten ein ernsthaftes Interesse an der Festigung ihrer Machtposition verfolgen (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 7 ff.). Denn durch das erklärte Ziel, die Sauenhaltung in den kommenden Jahren weiter deutlich auszubauen, soll wahrscheinlich auch der Absatz der Ferkel in Richtung (nordwest-)deutscher Mastanlagen gesteigert werden (vgl. Interviews BE 5, BE 8, PE 1). Interessant ist in diesem Kontext zudem, dass laut Expertenmeinung die derzeitigen Diskussionen über die ‚Kastration neugeborener Ferkel‘ (vgl. Kapitel 5.3, S. 114) *„(...) den dänischen und niederländischen Ferkelproduzenten absolut in die Karten spielt, da unser Gesetzgeber*

---

<sup>49</sup> In Spanien kam es beispielsweise in den vergangenen Jahren zu einer erheblichen Ausweitung der Mastkapazitäten aufgrund staatlicher Subventionierung. Auch wenn in Dänemark und Holland derartige Entwicklungen aufgrund zahlreicher Nährstoff- und Umweltrestriktionen schwer vorstellbar sind, lässt das spanische Vorbild erahnen, welchen Einfluss politische Richtungsänderungen auf internationale Warenströme haben können (vgl. Interview BE 4).

*derzeit nicht in der Lage ist, eine wirtschaftliche Lösung zu schaffen, während unsere skandinavischen Nachbarn es uns bereits vormachen“ (Interview PE 2).*

Die Situation in der Ferkelerzeugung ist darüber hinaus unvorteilhaft, da die nachgelagerten Stufen und der Verbraucher immer mehr Wert auf Regionalität, deutsche Qualität und deutsche Herkunft legen und die derzeitigen Umstände erheblicher Ferkelimporte nicht gewünscht sind. Allerdings wird diese Tendenz von einigen Marktteilnehmern als kritisch erachtet (vgl. Interviews BE 3, BE 4, IA1, PE 3, VH 2).

*„Ich finde, die Trends in der Produktion sind viel zu schnelllebig und undurchdacht. Das sieht man vor allem in der derzeitigen Diskussion, muss in Deutschland geboren, gemästet, geschlachtet sein. Letztes Jahr hat da kein Mensch drüber gesprochen, oder kaum jemand. So, die lassen sich immer enorm schnell treiben, und glauben, das kannst du sofort umsetzen. Wenn du auf den Schlachthöfen jetzt das Gespräch hast, ja, wir wollen aber mehr deutsche Ware. Ich sage, wisst ihr was, sieben Millionen Ferkel kommen in Weser-Ems aus dem Ausland. Und nun auf einmal sollen es nur noch deutsche sein. Vorher haben wir die deutsche Ferkelproduktion kaputt gemacht, weil sie keiner haben wollte, weil die Struktur nicht in Ordnung war. Und jetzt auf einmal wollt ihr die deutschen wiederhaben. Ihr lasst euch doch einfach nur treiben. Der LEH setzt Megatrends und alle meinen dann, diesen Megatrend innerhalb von zwei Wochen umsetzen zu müssen. Und wenn dann der Markt flott ist, dann fragt keiner danach“ (Interview VH 2).*

Es liegt die Vermutung nahe, dass die hiesigen Schweinehalter künftig vermehrt in geschlossenen Systemen (vgl. Kapitel 5.1, S. 89 ff.) agieren. Dies ist bisher allerdings noch nicht zu beobachten, wobei Branchenexperten in den nächsten Jahren deutliche Impulse in diese Richtung prognostizieren (vgl. Interviews BE 1, BE 2, BE 10, BE 11). Denn einige Schlachtunternehmen haben bereits damit begonnen, ‚5xD‘-Programme<sup>50</sup> zu implementieren (vgl. z.B. DIE MARKE DER BAUERN 2015). Als maßgebliche Triebfeder dieser Dynamik gelten die Großabnehmer im (Drittland-)Export. Vor allem die Volksrepublik China verlangt einheitlich deutsche Ferkelgeburt, deutsche Schlachtung, deutsche Zerlegung (‚3xD‘). Argumentiert werden in diesem Kon-

---

<sup>50</sup> Bei ‚5xD‘ handelt es sich um ein Regionalitätssiegel, welches eine lückenlose Kontrolle vom Landwirt bis zur Ladentheke beinhaltet und fünf unterschiedliche Stufen umfasst: In Deutschland geboren, in Deutschland gemästet, in Deutschland geschlachtet, in Deutschland zerlegt und in Deutschland verarbeitet (DIE MARKE DER BAUERN 2015).

text seuchentechnische Hintergründe (vgl. Interview SZV 5; FLEISCHWIRTSCHAFT 2016).

Diese Anforderungen, welche vornehmlich von den Exportmärkten forciert und über die unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen auf die grüne Ebene der Veredelungswirtschaft projiziert werden, haben sich monetär nur sehr begrenzt über einige wenige Markenfleisch-Segmente ausgewirkt (vgl. Interviews PE 1, PE 3).

*„Ich will kein Tier produzieren, was ich zwar in irgendeiner Nische ganz gut und günstig produzieren kann, um dann bei der nächsten Änderung von Anforderungen wieder draußen zu sein und mich wieder neu justieren zu müssen“* (Interview PE 2).

Die Frage nach einer freien Vermarktbarkeit der Tiere ist im Zuge solch richtungsweisender Marktanforderungen eher kritisch zu beantworten. In diesem Kontext bleibt abzuwarten, ob politisch-fundierte Außenregelungen und die Reglementierung der Märkte zunehmen und inwiefern dies zu einer stärkeren Segmentierung der Märkte führt. Zu konstatieren ist bei gleichbleibender Tendenz, dass Regionalitätssiegel und der momentane ‚D-Boom‘ Katalysatoren für den Strukturwandel darstellen. Allerdings verweisen die chinesischen Anforderungen auf eine reelle Chance, mit ‚Made in Germany‘ auch weitere, internationale Märkte zu besetzen<sup>51</sup> (vgl. Interview SPA 2).

Der Einfluss der Zielländer im Export von Schweinefleisch auf die hiesige Ferkelproduktion wird durch die obig beschriebene Konstellation im Zusammenhang mit dem ‚D-Boom‘ (‚5xD‘ bzw. ‚3xD‘) unmissverständlich deutlich. Denn obwohl es aufgrund der bereits erläuterten Marktkonstitution dänischer und niederländischer Ferkelimporte per se nutzbringend wäre, auch künftig in partnerschaftlicher Kooperation auf die bereits etablierte Ferkelproduktion der Nachbarn zurückzugreifen, ist es – wie von einigen Interviewpartnern bestätigt (vgl. Interviews BE 7, BE 12, PE 3) – denkbar, dass die grüne Produktionsseite mit der Ausweitung der Ferkelproduktion auf die Anforderungen der Zielländer im Export reagiert. Diese mögliche Handlungsweise beschreibt im Kontext der Institutionenökonomie die Macht der abnehmenden Hand in Form einer Marktbeeinflussung (vgl. Kapitel 2.1.5, S. 25 f.). So erscheinen Einfluss und Macht der Zielländer im Schweinefleischexport dermaßen groß, dass die hiesige Produktion alternative Handlungsmöglichkeiten (z.B. Import von Ferkeln aus den Niederlanden und Dänemark) künftig in verminderter Form berücksichtigt. Verstärkt wird

---

<sup>51</sup> Auf die Markteinflüsse im Kontext von Exportaktivitäten wird nachfolgend in Kapitel 6.2.3 noch ausführlicher eingegangen werden.

dieses Machtpotential durch eine für die Importnationen (z.B. China) verbesserte Verhandlungssituation. Denn in praxi durchaus übliche Exportsperrern – mit denen einzelnen Betrieben immer wieder gedroht wird (vgl. Interviews BE 3, BE 7, SZV 1, SZV 2) – können für die heimische Produktion erhebliche Ertragseinbußen nach sich ziehen.

Eingangs wurde beschrieben, dass der dem Ferkelmarkt nachgelagerte Bereich der Schweinemast zunehmend auch Themen der Ferkelgesundheit in den Vordergrund stellt. In diesem Zusammenhang haben in den letzten Jahren ordnungspolitische Rahmenbedingungen erheblichen Einfluss auf den Ferkelmarkt genommen.

*„Als Beispiel kann hier das Stichwort ‚Antibiotikamonitoring‘ genannt werden. Während es früher bei manchen Mästern durchaus üblich war, billige Ferkel – oftmals mit einem schlechteren Gesundheitsstatus – zu kaufen, konnte man mit der sogenannten ‚Einstallmischung‘ nachhelfen. Die Gesundheit der Nutztiere wurde durch die Gabe von Medikamenten und Antibiotika quasi erkaufte“ (Interview BE 10).*

Als Folge dieser Entwicklung schreibt die Gesetzgebung gegenwärtig zunehmend lückenlose, gehaltvollere und somit aufwendigere Dokumentationen (Transparenz) vor, um den Einsatz von Medikamenten und Antibiotika in der Nutztierhaltung nachhaltig zu senken (vgl. Kapitel 5.3). Zudem sind die behördlichen Kontrollen intensiviert worden (vgl. Interviews BE 2, PE 4, PE 5, SPA 3). Vor diesem Hintergrund sind in den letzten Jahren vermehrt festere Bezugs- und Absatzstrukturen zwischen Ferkelerzeuger, Viehhändler und Mäster entstanden und die Mäster sind eher gewillt, für ein qualitativ hochwertiges Ferkel mehr Geld zu bezahlen. Auch möchten die Mäster *„bei der Einstellung der Ferkel genaueste Informationen über die Tiere“* (Interview VH 1). Es ist zu erkennen, dass die veränderten Beziehungsstrukturen in einem abermals etablierten Produktionssystem das Resultat einer multilateralen Machtkonstellation sind. Denn der Einfluss der auf politischer und gesellschaftlicher Ebene initiierten Diskussionen erstreckt sich über unterschiedliche Akteure im Produktionsnetzwerk hinweg. In der Folge sorgen die festeren Strukturen dafür, dass die Mäster ein höheres Wissen im Umgang mit dem nun zunehmend homogenen Tiermaterial erlangen und sich eine größere Routine einstellt. Während der Ferkelkauf in der Vergangenheit als klassischer ‚Spot-Markt‘ bezeichnet werden konnte, in dem sich die Marktpartner in der Regel nur kurzfristig aneinander binden, *„wollen die Mäster gegenwärtig am liebsten alle Ferkel aus einem Betrieb“* (Interview VH 1).

Die in diesem Teilkapitel verdeutlichten Rahmenbedingungen beschreiben die Interaktion gegensätzlicher Interessen im Produktionsnetzwerk, die von unterschiedlichen Akteuren ausgehen. Die Notwendigkeit, aufgrund der rückständigen Strukturen in der heimischen Sauenhaltung große und homogene Ferkelpartien zu importieren, steht in einem Zielkonflikt mit den Anforderungen aus den Exportmärkten der Fleischindustrie (SZV-Stufe). In diesem Zusammenhang sind gleichzeitig auch die Ansprüche aus LEH und dem Endverbrauch nach regionalen Fleischprodukten (Regionalität, deutsche Herkunft) als konfliktär zu beurteilen. Dieses Spannungsfeld belegt in unmissverständlicher Weise das Vorhandensein von Macht im kausal-relationalen Kontext (Interaktion unterschiedlicher Akteure), wie in der theoretischen Fundierung der vorliegenden Arbeit beschrieben (vgl. Kapitel 2).

### **6.1.2 Strukturwandel in der Schweinemast und finanzielle Abhängigkeiten**

Neben der anhand des Strukturwandels belegbaren Ausdehnung der Schweinemast auf einzelbetrieblicher Ebene waren die letzten beiden Dekaden von einer Vielzahl an Betriebsaufgaben geprägt. Vor allem Klein- und Kleinstbetriebe aus dem Nebenerwerb stiegen aus der Schweinehaltung aus und es kam zu einer erheblichen Abnahme der Zahl schweinehaltender Betriebe (vgl. Kapitel 5.1.1). Der Anteil der Nebenerwerbsbetriebe in der Hochveredelungsregion Nordwestdeutschlands ist beachtlich, wobei auch in Zukunft von einem weiteren Ausstieg vieler Schweinemäster auszugehen ist, was den Strukturwandel intensiviert (vgl. Interviews BE 2, BE 6, BE 12).

*„In Westfalen-Lippe und Weser-Ems existieren durchaus noch so 20 bis 25 Prozent Nebenerwerbsbetriebe, wobei der Anteil seit Jahren immer geringer wird, weil die Betriebsleiter immer mehr Probleme haben, einen Nachfolger zu finden“* (Interview BE 4).

Der Mast- und Fleischerzeugungsboom in Deutschland, welcher vornehmlich seit den Jahren 2002/2003 Einzug erhielt, ist ein besonderes Indiz für die Multiskalarität im Produktionsnetzwerk. Denn der massive Niedergang der Schweinefleischerzeugung im osteuropäischen Raum bei gleichzeitig steigendem Verbrauch wurde insbesondere durch deutsche Schweinefleischausfuhren ausgeglichen (vgl. Interview BE 7). Trotz derartiger Handelsausweitungen im internationalen Kontext ist es aufgrund der massiven Ausweitung der Mastkapazitäten vergangener Jahre zu einer bundesweiten

Überproduktion an Schweinefleisch gekommen<sup>52</sup>. Kennzeichen dieser Entwicklung sind für die Mäster latent unbefriedigende Schweinepreise (vgl. Interviews PE 1, PE 2, PE 3, PE 4, PE 5) und ein besonders für die Nordwestregion spezifischer, starker Wettbewerb. Denn dort herrscht ein großes Angebot an Schlachtschweinen (vgl. Kapitel 5.1.1).

*„Wir haben derzeit fünf Prozent zu viele Schweine am Markt. Genau wie im Milchsektor wäre der Markt mit fünf Prozent weniger kerngesund. Insofern können die Bauern nur hoffen, dass weitere Berufskollegen aussteigen, denn sie haben ja nichts davon, wenn zu viel Ware produziert wird. Ich würde momentan als Schweinehalter nicht losfahren wollen, um für höhere Preise zu demonstrieren. Man kann nicht Schweineställe bauen wie die Berserker und danach schimpfen, dass die Preise so schlecht sind“* (Interview SZV 5).

Die Einschätzungen vieler Interviewpartner sind dahingehend, dass der vermeintlich ungünstigen Situation der grünen Seite durch eine radikale Mengenreduzierung begegnet werden müsste (vgl. z.B. Interviews BE 1, BE 11, PE 1, SZV 3, VH 3). Dementsprechend wäre die landwirtschaftliche Primärproduktion in der Lage, eine Verbesserung des Preisniveaus aus eigener Kraft zu erwirken. Allerdings bedeutet diese Richtung einen verstärkten Wettbewerb in Kombination mit einem weiteren ‚Aussterben‘ unwirtschaftlicher (und oftmals kleinerer) Einheiten.

Die Schweinemast wird als ein schon seit Jahrzehnten getriebener Bereich erachtet, welcher gezwungen ist, dem enormen Marktdruck der nachgelagerten, wesentlich konzentrierteren Produktionsabschnitte über Effizienzsteigerungen entgegenzutreten (vgl. Interviews BE 3, VH 4). Dieser Aspekt beschreibt wesentliche Effekte der Rückwirkung (vgl. Kapitel 5.4, S. 117 ff.).

*„Der Bauer befindet sich eigentlich in einer Art ‚Hamsterrad‘. Er wird quasi dazu gezwungen, immer mehr Menge zu produzieren und gleichzeitig die Kosten zu reduzieren. Trotz des enormen Marktdrucks der nachgelagerten Stufen sehen wir, dass das Ende der Fahnenstange erreicht ist. Wenn man das mal auf diese Region [Weser-Ems] bezieht und wir uns den Viehbesatz im Verhältnis zur Fläche angucken, sehen wir, dass dieses Hamsterrad nicht mehr funktioniert. Aufgrund unterschiedlicher Prob-*

---

<sup>52</sup> Ein Indiz für eine Überversorgung an Schweinefleisch stellt der Selbstversorgungsgrad dar, welcher in Deutschland im Jahr 2018 bei etwa 119 % lag. Diese Tendenz ist auch gegenüber den Vorjahren relativ konstant, so dass sich keine größeren Veränderungen ergeben (STETTER & SÖLTL 2019: 181).

*leme in Richtung Umwelt, Wasserqualität oder Emissionen haben wir mittlerweile Herausforderungen ganz unterschiedlicher Art zu bewältigen. Und die Bauern haben da keine Lust mehr drauf“ (Interview SPA 1).*

Ordnungspolitische Reglementierungen in Richtung der Nutztierhaltung gelten als weiterer Begleitumstand, der den Strukturwandel katalysiert und den Ausstieg vieler Schweinemäster vorantreibt. Beispielhaft hierfür sind die vermehrte Schließung von Baufenstern auf kommunaler Ebene oder die Düngemittelverordnung (vgl. Kapitel 5.3). Die in diesem Kontext gegebene Aussicht über das Erreichen von Emissionsgrenzen hemmt in einigen Regionen Nordwestdeutschlands eine betriebliche Expansion in Form von Stallneubauten<sup>53</sup>. So kann die Neuerrichtung von Mastkapazitäten oftmals nur noch unter (strengsten) gesetzlichen Auflagen erfolgen, die darüber hinaus mit erheblichen Mehrkosten verbunden sind (z.B. Einbau von Biofiltern zur Reduktion von Geruchsemissionen). Solange derartige (Emissions-)Obergrenzen nicht erreicht sind, bleibt einem expansionswilligen Schweinemäster – neben der Übernahme eines bereits bestehenden Betriebes – eigentlich nur noch die „*Flucht nach vorne*“ (Interview BE 4). Damit ist gemeint, dass sich viele Mäster aus Angst davor, vielleicht in Zukunft keine Baugenehmigung mehr zu erhalten, zu einem Stallneubau entschließen, um den Fortbestand und die Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Betriebes zu sichern. Insiderinformationen aus den Experteninterviews der vorliegenden Arbeit reichen zu der Annahme, dass in den vergangenen Jahren aus der beschriebenen Not der Landwirte heraus viele Neubauten ungeachtet der derzeitigen finanziellen Situation des jeweiligen Betriebes vorgenommen wurden. Gleichzeitig gehen einige Interviewpartner davon aus, dass aufgrund eines niedrigen Zinsniveaus leichtfertig mit Geld umgegangen wurde und viele Berufskollegen sich schlichtweg verkalkuliert haben (vgl. Interviews BE 4, BE 9, PE 4, SZV 4, VH 3, VH 4). Nicht wenige Betriebe geraten vermehrt in eine Spirale, die von einem finanziellen Druck gekennzeichnet ist. Denn durch die steigenden Investitionsvolumina werden zunehmend auch die Kapitalgrenzen erreicht.

*„Ich habe im Moment große Sorge, dass immer mehr kleine Betriebe von der Bildfläche verschwinden. Der Markt ist da brutal und vor allem ehrlich. Und das trifft dann halt immer erst die Kleinen. Da hilft auch keine politische Förderung, keine politische*

---

<sup>53</sup> In einigen Kommunen sind die (landwirtschaftlich-fundierten) Emissionsgrenzen bereits erreicht, so dass sämtliche Anträge zur Errichtung von Schweinemastanlagen obligatorisch abgelehnt werden (vgl. Interviews SPA 2, SPA 3, SPA 4).



*Stützung. Das ist wirkungslos. Über die Summen, über die wir da sprechen, oder die Restrukturierung, die so ein Betrieb haben müsste, der kommt da halt gar nicht mit aus. Die Baufenster sind zu, Emissionsgrenzen sind erreicht. Einzelbetriebliches Wachstum wird künftig durch Verdrängung, Zupacht und dem Ausstieg vieler Neben-erwerbsbetriebe generiert. Und wenn die Diskussion noch lange so bleibt, wie momentan, werden wir die Betriebe, die wir schützen wollen – nämlich die bäuerlichen Familienbetriebe – als erstes wegschießen“ (Interview BE 10).*

Die Konklusion am Ende des vorangegangenen Teilkapitels beschreibt ein Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen (vgl. Kapitel 5.4). Ähnliche Konflikte werden auch im Kontext der Schweinemast deutlich: Auf der einen Seite werden die Schweinemäster im Zuge von Rückwirkungseffekten der SZV-Stufe zu Effizienzsteigerungen und Expansionsaktivitäten gezwungen – und dies insbesondere in der nordwestdeutschen Agrarkompetenzregion. Auf der anderen Seite konfrontiert der Gesetzgeber die Mastbetriebe – nicht zuletzt auch aufgrund der gesellschaftlichen Teilhabe – mit ordnungspolitischen Grenzen und limitiert somit in großen Teilen die angestrebten Expansionsaktivitäten. Diese Konstellation ist zum wiederholten Male ein Beleg für den kausal-relationalen Machtbegriff (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 7 ff.). Dabei erscheinen die Macht und der Einfluss der SZV-Stufe auf die landwirtschaftliche Primärproduktion (Schweinemast) dermaßen groß, dass letztere trotz steigender gesetzlicher Auflagen und finanzieller Grenzen die Risiken einer einzelbetrieblichen Expansion (Zupacht oder Neubau) und die damit verbundenen (Mehr-)Kosten dennoch in Kauf nehmen.

Eine im Zuge steigender Investitionsvolumina kritisch diskutierte Frage richtet sich danach, wie viele landwirtschaftliche Betriebe sich tatsächlich noch in ‚bäuerlicher Hand‘ befinden. So vermuten viele Marktbeobachter eine seit Jahren zunehmende finanzielle Abhängigkeit zwischen der landwirtschaftlichen Primärproduktion und vor- und nachgelagerten Akteuren (vgl. Interviews BE 3, BE 5, PE 4, VH 2, VH 5). Es wird angenommen, dass das Instrument der Finanzierung von Umlaufkapital in praxi ein durchaus lukratives Geschäftsmodell darstellt, welches zunehmend durch Futtermittelfirmen oder Viehhandelsunternehmen Anwendung findet. Beispielsweise wird Schweinemästern der Ferkelbezug finanziert. Damit wird sowohl von Futtermittel- als auch von Viehhandelsseite das Ziel verfolgt, den Landwirt an das entsprechende Unternehmen zu binden. Viehhändler agieren ganz nach dem Motto *„ich finanziere dem Landwirt die Ferkel und im Gegenzug ist er dazu verpflichtet, seine schlachtreifen Mastschweine über mich zu vermarkten“* (Interview VH 5). Finanzierungswillige Futtermittelfirmen hingegen sind ebenfalls darin bestrebt, eine höhere Andienung zu er-

reichen, indem sie von den ‚kreditnehmenden‘ Landwirten eine kontinuierliche Futtermittelabnahme einfordern (vgl. Interview PE 4). Die Dunkelziffer über den tatsächlichen Anteil dieser verdeckten Finanzierungen ist schwer einzuschätzen, zumal sich einige Beteiligte bei dieser Thematik nicht äußern möchten. Zu konstatieren ist jedoch als zentrales Kennzeichen dieser Entwicklung, dass eine finanzielle Abhängigkeit zu Marktpartnern immer zu einer Einschränkung der unternehmerischen Freiheit führt.

*„Wer im Schweinebereich nicht in der Lage ist, sein Umlaufkapital selbst oder über die Bank zu finanzieren, der hat ein erhebliches Problem. Der Landwirt ist in dieser Situation nicht mehr in der Lage, seinen Vermarktungspartner frei auszuwählen. Der Abnehmer hat auch keinen großen Aufwand mehr zu betreiben, weil die Schweine ja sowieso kommen, weil es ja seine sind. Und das gilt für den Futtermittelbereich genauso. Ich halte diese verdeckte Abhängigkeit für deutlich gefährlicher als klare, vertraglich geregelte Verhältnisse, aus denen auch Abhängigkeiten resultieren können. Wenn ich einen Vertrag selbstständig abschließen kann, habe ich Vertragshoheit, wenn ich über direkte Wirtschaftspartner im vor- oder nachgelagerten Bereich finanzieren muss, ist meine Vertragshoheit nicht mehr existent und ich begeben mich in eine Abhängigkeit. Prinzipiell kann man diesen Hintergrund ganz gut mit den Begebenheiten im Sektor der Hähnchenmast vergleichen. In der Hähnchenmast existiert ein wesentlich höherer Integrationsgrad und die Mäster können im Vergleich zur Schweinemast vorwiegend als Vertragslandwirte gesehen werden. Allerdings können die Mitglieder dieser Kette, sofern sie denn finanziell ungebunden sind, noch frei wählen, mit welchem Partner sie die nächsten Jahre zusammenarbeiten wollen“ (Interview PE 1).*

Das in der soziologischen Perspektive beschriebene Machtkonzept nach WEBER (1972 [1921-22]) verweist mitunter darauf, dass ein Macht-Besitzer – unabhängig von exogenen Einflussfaktoren – in der Regel immer darin bestrebt sein wird, seine Machtposition zu festigen (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 9). Diese Beziehungsstruktur wird von einigen Interviewpartnern in indirekter Weise auf die oben beschriebene finanzielle Abhängigkeit transferiert. Denn sie gehen davon aus, dass die Finanzierung des Umlaufkapitals in der Schweinemast seitens der vor- und nachgelagerten Akteure nicht aus einer geschäftlichen Partnerschaft resultiert, sondern unterstellen vornehmlich egoistisches Marktverhalten (vgl. Interviews BE 3, PE 4). Weitere Interviewpartner vermuten eine erhebliche Ausweitung der verdeckten Finanzierungen in den vergangenen Jahren (vgl. Interviews BE 5, VH 2, VH 5). Diese Tatsache führt zu der Annahme, dass die kontinuierliche Festigung der Macht im Kontext von WEBER (1972

[1921-22]) zu einer dauerhaften Herrschaftssituation führt (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 10 ff.).

Die in diesem Teilkapitel beschriebenen Entwicklungen führen zu der Erkenntnis, dass sich für Landwirte Stallneubauten künftig nur noch unter erschwerten Bedingungen realisieren lassen. Darüber hinaus ist *„im Stall selbst gegenwärtig nur noch mit außergewöhnlich hohen Leistungen [z.B. tägliche Gewichtszunahmen] Geld zu verdienen und die Refinanzierung wird ohnehin schon sehr lange dauern“* (Interview PE 4). Gegenwärtig sind Schweinemäster deutlichen Produktionsnachteilen ausgesetzt, welche im Falle von Neubauten direkt anhand von Mehrkosten (z.B. hohe Kosten durch Filter oder hohe Kosten durch Nährstoffverwertung) und wachsendem gesellschaftlichen Druck (z.B. Bürgerinitiativen) quantifizierbar sind. Bei gleichbleibender Tendenz ist davon auszugehen, dass in naher Zukunft weniger der Bau neuer Betriebsteile auf dem eigenen Standort angestrebt wird. Vielmehr ist eine Ertüchtigung bestehender Standorte in unmittelbarer Nähe – beispielsweise durch die Übernahme von nachbarschaftlichen Betrieben – denkbar. Auch wird der einzelne Landwirt wahrscheinlich zunehmend darin bestrebt sein, bisher ungenutzte Reserven aus dem Betrieb zu bemühen, so dass von einer zunehmenden Diversifizierung auszugehen ist (vgl. Interviews BE 1, PE 2, PE 4, PE 5).

### **6.1.3 Freier Wettbewerb, Größenverhältnisse und landwirtschaftliches Unternehmertum**

Bei der Schlachtschweinevermarktung (vgl. Kapitel 5.1.2) werden mehr als Dreiviertel aller Tiere in Deutschland über den privaten, genossenschaftlichen und erzeugergemeinschaftlichen Erfassungshandel vermarktet oder gelangen auf direktem Wege in die Versandschlachtereien und Fleischwarenfabriken (vgl. Interview BE 9; SCHÜTZ 2009: 22). Auf der grünen Seite der Wertschöpfungskette herrscht ein relativ freier Wettbewerb, da der Markt für die auf dieser Stufe agierenden Handelspartner eine Vielzahl an Vermarktungsoptionen und Ausweichmöglichkeiten bereithält. Dabei ist in der Beziehung zwischen landwirtschaftlicher Primärproduktion und der Viehhandelsstufe unbestritten, dass die Größenstruktur des Handelspartners von erheblicher Bedeutung ist (vgl. Interviews BE 3, BE 6, PE 2).

Für den Landwirt ist die Größe des Viehhandelspartners – beispielsweise ausgedrückt durch die Anzahl an gehandeltem Vieh oder die Anzahl an Transportfahrzeugen – insofern wichtig, als dass ‚große‘ Viehhandelsunternehmen im Gegensatz zu ‚kleinen‘ wesentlich flexibler am Markt agieren können. Sie können im Ferkelbezug Größenvorteile ausnutzen, da sie aufgrund eines entsprechenden Kundenstammes

(Schweinemäster) in der Lage sind, große Ferkelmengen abzunehmen (in praxi wird teilweise die gesamte Ferkelproduktion großer Sauenanlagen von einem einzigen Händler aufgekauft) und anschließend weiter zu vermarkten. Dabei wird den gesteigerten Anforderungen der Schweinemäster hinsichtlich Gruppengröße und gleichzeitig hohem Gesundheitsstatus (vgl. Kapitel 6.1.1) entsprochen. Auch die Vermarktung der schlachtreifen Schweine über einen größeren Viehhandelspartner ist aus Sicht der Landwirte vorteilhaft. Denn je größer die angebotene Menge eines Viehhändlers an Schlachtvieh ist, desto besser sind Verhandlungsposition und Durchschlagskraft gegenüber dem Schlachthof, was vor allem in stark gesättigten Marktsituationen zu beobachten ist (vgl. Interviews PE 1, PE 3, PE 5)<sup>54</sup>.

*„Für die meisten Mäster war es in den letzten Jahren ein immerwährender Antrieb, die Betriebe hinsichtlich Größe und Effizienz weiter voranzutreiben. In dieser Hinsicht wird die Stellung der Schweinemast innerhalb der Veredelungswirtschaft in Zukunft mehr denn je mit der betrieblichen Größe zusammenhängen“* (Interview PE 2).

Aus Perspektive der Viehhandelsstufe gilt ein großer Schweinemäster mit vielen Tierplätzen als lukrativer Geschäftspartner, da aus logistischen Gründen und Aspekten der Kostendegression (*economies of scale*) eine verbesserte Marktposition resultiert. Als Beispiel kann hier angeführt werden, dass (große) Mastbetriebe mit einer entsprechenden Tierzahl imstande sind, in einem kontinuierlichen Turnus *„ganze Züge eines Viehhändlers an einer Stelle zu füllen“* (Interview VH 1). Außerdem wird größeren Mästern in diesem Kontext nicht selten ein professionelleres Betriebsmanagement zugesprochen, beispielsweise in Form kürzerer Ladezeiten. Dadurch ist die Viehhandelsstufe eher in der Lage, den oftmals unternehmenseigenen Fuhrpark auszulasten und den Ansprüchen der Schlachthöfe nach größeren Lieferpartien (vgl. Kapitel 5.4, S. 118 – ‚Rückwirkungseffekte‘) gerecht zu werden, woraus sich zwangsläufig eine verbesserte Wettbewerbsposition ergibt (vgl. Interviews BE 3, BE 5, PE 2, VH 1). Es ist zu konstatieren, dass größere Schweinemäster – anders als kleiner

---

<sup>54</sup> Die Schlachthofstrategie sieht es vor, nicht von einzelnen Akteuren der Viehhandelsstufe abhängig zu sein, sondern sich breiter aufzustellen. Insofern ist – entgegen der Theorie von SPILLER et al. 2005 – nicht mehr nur die Größe alles entscheidend. Denn es wird vermutet, dass auch weitaus kleinere Viehhändler ähnliche Konditionen haben wie große. Allerdings ist diese Ausprägung immer auch an die entsprechende Marktsituation gebunden, so dass kleine Lieferanten in ungünstigen Marktlagen (Überangebot an Schlachtschweinen) oftmals in einer nachteiligen Position sind. Nichtsdestotrotz ist aus Sicht der SZV-Akteure die Größe des (Vieh-)Handelspartners wichtig für die Produktionsplanung und –sicherheit. Bonussysteme sind oftmals an Liefermengen gebunden (vgl. Interviews VH 1, VH 3). Auf die Verhandlungsposition und das Beziehungsgefüge zwischen Viehhandelsunternehmen und der nachgelagerten Schlachtindustrie wird im nachfolgenden Kapitel 6.1.4 noch ausführlicher eingegangen.

strukturierte Betriebe – oftmals bevorzugt behandelt werden. So berichten mehrere Interviewpartner aus dem Viehhandelsbereich, dass selbst in gesättigten Marktphasen großen Lieferanten (Schweinemäster) die Abnahme der schlachtreifen Schweine nicht verwehrt wird, solange der Absatz in irgendeiner Weise realisierbar ist (vgl. Interviews VH 1, VH 4, VH 5).

Neben der tatsächlichen Größe des entsprechenden Handelspartners verweisen unterschiedliche Interviewpartner darauf, dass auch die Zusammenarbeit zwischen Schweinemästern und Viehhandelsunternehmen sich gewandelt hat und das Beziehungsgefüge in erheblichem Maße beeinflusst (vgl. Interviews BE 12, PE 2, VH 1, VH 2, VH 5). Während in der Vergangenheit der klassische ‚Spot-Markt‘ als eine mögliche Koordinationsform dominierte, sind in der Schlachtschweinevermarktung gegenwärtig langjährige, aber vertraglich oftmals ungebundene Geschäftsbeziehungen mit (privaten) Viehhändlern, Viehvermarktungsgenossenschaften, Erzeugergemeinschaften oder (vertikal integrierten) Schlachtunternehmen charakteristisch. Auch die Variante fester Geschäftsbeziehungen in Form von Vermarktungsverträgen, die Andienungs- und Abnahmepflichten (Vertriebsbindung, Bezugsbindung) beinhalten, nicht aber in die Produktion der Vertragspartner eingreifen, wird immer häufiger praktiziert (WBA 2015: 41 f.; vgl. Interviews BE 6, PE 1, PE 3, VH 2, VH 3). Diese Tendenzen sind nach einhelliger Meinung der Interviewpartner auf unterschiedliche Gründe zurückzuführen:

Erstens haben sich Arbeitsinhalte und –anforderungen der landwirtschaftlichen Primärstufe zunehmend gewandelt und einer „*Entwicklung in Richtung Unternehmertum*“ (Interview BE 1) unterzogen. Denn anders als in früheren Zeiten, in denen die Hauptbetätigung der Schweinemäster auf die Versorgung der Tiere limitiert war und eine gewisse Marktferne unterstellt wurde, sind heute ein professionalisiertes Stallmanagement, eine hohe Kenntnis über die Marktgeschehnisse und der geübte Umgang mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen obligatorisch geworden (vgl. Interviews BE 1, BE 7, BE 11, VH 1). Aus dieser veränderten Stellung der Landwirte heraus ergibt sich eine differenziertere Verhandlungsposition zur nachgelagerten Viehhandelsstufe, so dass von einer „*ebenbürtigen Beziehung zwischen zwei Geschäftspartnern auf Augenhöhe gesprochen werden kann*“ (Interview PE 3). Zweitens wird die grüne Veredelungsseite mit zunehmend veränderten Anforderungen konfrontiert. Demnach verlangen neuere Produktionsauflagen, die von nachgelagerten Akteuren, dem Export und der Gesetzgebung gefordert werden, eine zunehmende Dokumentation aller Prozesse und eine höhere Transparenz (z.B. Übermittlung der Befunddaten aus dem Schlachtprozess an die in Verkehr bringenden Betriebe, Rückverfolgbarkeit

und Übermittlung unterschiedlicher Informationen an Behörden und Kontrolleinrichtungen). Die veränderten Anforderungen auf der grünen Produktionsseite haben zur Folge, dass es zu einer zunehmenden Verkettung der Transaktionsprozesse zwischen Schweinemästern und Viehhandelsunternehmen gekommen ist. Somit sind – ähnlich wie im Ferkelbereich (vgl. Kapitel 6.1.1, S. 125) – auch hier kontinuierlichere Bezugs- und Absatzstrukturen erkennbar. Immer wieder wird im Rahmen der durchgeführten Interviews deutlich, wie wichtig es den meisten Akteuren der grünen Produktionsseite ist, sich gemeinsam den an sie gerichteten Ansprüchen zu stellen (vgl. Interviews BE 5, BE 9, PE 1, PE 2, PE 3, VH 1, VH 2, VH 3, SPA 3). Allerdings wird auch davon berichtet, dass immer wieder vereinzelte Akteure der grünen Produktionsseite aufgrund opportunen Marktverhaltens aus den zunehmend festeren Strukturen entfliehen und auf diese Weise versuchen, ihre einzelbetriebliche Position gegenüber dem Wettbewerb zu verbessern (vgl. Interviews BE 2, BE 12, VH 4). Zweifels- ohne gelten derartig sprunghafte Verhaltensstrategien als wenig nachhaltig, da die Gefahr besteht, in schwierigen Marktsituationen auf eine verminderte Anzahl an Geschäftspartnern zurückgreifen zu können.

*„Also ich bin jetzt ja auch schon fast 30 Jahre in diesem Viehgeschäft tätig und das hat sich deutlich gewandelt. Früher hat der Viehhändler als Bittsteller agiert, der um die Gunst der Landwirte buhlen musste. Heute produzieren wir viel mehr in Ketten, also Hand in Hand. Wir versuchen, zwischen dem Ferkelerzeuger und dem Mäster eine Beziehung aufzubauen. Dass also termingerecht auf den Tag über das ganze Jahr eigentlich schon vorprogrammiert ist, wann der Mastbetrieb seine Ferkel kriegt. Denn dies richtet sich nach den turnusgemäßen Absetz- und Verkaufsterminen der Ferkel und bis zu diesem Zeitpunkt muss das Abteil geräumt sein“ (Interview VH 2).*

Das vorangestellte Zitat verdeutlicht, dass die zunehmende Verkettung der Produktionsabläufe für alle beteiligten Marktpartner der grünen Seite ein Höchstmaß an Verlässlichkeit und Kontinuität im Handeln erfordert. Vor diesem Hintergrund quantifizieren viele Interviewpartner ihre Einschätzungen dahingehend, dass mittlerweile etwa 80 % aller am Markt gehandelten, schlachtreifen Schweine im Zuge vorheriger Lieferverhandlungen zwischen der Viehhandelsstufe und nachgelagerten Schlachthöfen festen Vereinbarungen unterliegen und lediglich die restlichen 20 % frei am Markt gehandelt werden (vgl. Interviews BE 9, PE 2, SZV 1, VH 2). Daraus resultiert Planungssicherheit für alle Beteiligten. Wenn diese Kontinuität in der stufenübergreifenden Zusammenarbeit – von der Ferkelproduktion bis hin zur Vermarktung der Schweine an die Schlachthöfe – nicht mehr gegeben ist, werden die Betriebsabläufe

aller Akteure in diesem Bereich empfindlich gestört: Gestaltet sich der Absatz der schlachtreifen Schweine schwierig, kann der Schweinemäster die aufgrund der anhaltenden Reproduktion der Ferkel benötigten Mastkapazitäten nicht mehr ausreichend zur Verfügung stellen und es kommt zu einem ganzheitlichen Ungleichgewicht auf der grünen Produktionsseite (vgl. Interviews PE 1, VH 2). Ein weiterer Aspekt dieser systemischen Zusammenhänge ist darin zu sehen, dass der Viehhändler aufgrund der festeren Kundenbeziehungen in der Lage ist, die Qualität der Schweine bereits im Vorfeld der Vermarktung valide beurteilen und einschätzen zu können. In der Folge ist es möglich, für jeden Landwirt gemäß der Spezifikation seiner Schweine das passende Vermarktungssegment herauszufiltern und den größtmöglichen Deckungsbeitrag zu erzielen (vgl. Interviews BE 1, BE 3, PE 3, VH 2, SZV 3).

*„Bei einer langfristigen, auf Vertrauen basierenden Partnerschaft zwischen Mäster und Viehhändler weiß letzterer ganz genau, welche Schweine beim Landwirt im Stall stehen und versucht, diese bestmöglich am Markt zu platzieren. Zudem weiß der Händler genau, dass es zwischen den unterschiedlichen Schlachthöfen eine enorme Heterogenität bezüglich der Abrechnungsmodalitäten gibt. Selbst wenn es sich um dieselbe Art der Klassifizierung<sup>55</sup> handelt, erzielen die Schweine von Landwirt XY bei den verschiedenen Schlachtbetrieben unterschiedliche Ergebnisse. Da gibt es ja sehr viele Besonderheiten, die es zu beachten gibt. Und das ist das, wodurch sich ein moderner Viehhandel auszeichnet“ (Interview BE 3).*

Aufgrund der in diesem Teilkapitel beschriebenen Gegebenheiten ist zu konstatieren, dass sich sowohl die Stufe der Landwirtschaft als auch die des Viehhandels in ihrer Ausprägung verändert hat: Immer mehr Landwirte scheinen gegenwärtig darin be-

---

<sup>55</sup> Eine Klassifizierung im Zuge der Schlachtkörperbewertung wird durchgeführt, weil die Schlachtunternehmen dazu gesetzlich verpflichtet sind. Auch werden auf diese Weise die Handelsklassen der von ihnen geschlachteten Schweine eruiert. Der wesentlichste Hintergrund ist jedoch, dass durch diese Vorgehensweise die Qualität des Schlachtkörpers zu Bezahlungszwecken ermittelt wird. Die ‚Schweineschlachtkörper-Handelsklassenverordnung‘ (SchwHKIV, Verordnung [EU] Nr. 1308/2013) nimmt die Einteilung der Schlachtschweinehälften vor, indem die unterschiedlichen Handelsklassen auf Basis des prozentualen Muskelfleischanteils (MFA) bestimmt werden. Auf diese Weise soll eine Qualitätsstandardisierung erfolgen. Seit den 1980er Jahren ist das Einstichverfahren zur Speck- und Fleishdickenmessung mittels Fat-o-Meter (FOM) die gängige Klassifizierungsmethode zur Bestimmung des MFA. Seit dem Jahr 1997 sind gegenwärtig im Zuge einer Ordnungsänderung auch vollautomatische Methoden zugelassen, wobei vor allem das ultraschallgestützte ‚AutoFOM‘-Verfahren Anwendung findet (MÜLLER & BRAUN 2011; SPILLER et al. 2005: 161 ff.; STETTER & SÖLTL 2019: 187; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 182; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 187).

strebt zu sein, sich horizontal und vertikal zu integrieren<sup>56</sup>. Als Motive dieser Entwicklung gelten beispielsweise ein höheres Mitspracherecht in den unterschiedlichen Organisationen (Aktivitäten im Ehrenamt), ein stärkerer Einfluss in politischen Diskussionen, aber auch eine bessere Marktposition im Sinne der ‚Gegenmachtbildung‘ (vgl. SPILLER et al. 2005: 159). Als ein weiterer zentraler Beweggrund für eine zunehmende Integration gilt der Aspekt der Sicherheit. Dies bedeutet, dass Landwirte daran interessiert sind, Einblicke in die Arbeitsweise und die momentane finanzielle Situation ihres Wirtschaftspartners zu erlangen, was gerade in Zeiten steigender Investitionsvolumina (vgl. Kapitel 6.1.2, S. 128) von übergeordneter Relevanz zu sein scheint (vgl. Interviews BE 4, BE 8, PE 3, PE 4).

*„In der jüngeren Vergangenheit war es nicht selten der Fall, dass große Havarien ausgelöst wurden, die insolvente Viehhändler und auch Pleiteschlachthöfe verursachten. Für mich als Landwirt ist es ja durchaus ein Thema, zu wissen, wie mein Geschäftspartner finanziell gestellt ist. Heutzutage stehen in unserer Region bei vielen Mästern mehrere Tausend Schweine in den Ställen und es kann durchaus sein, dass man schon ein paar Züge [LKW] mit Mastschweinen unterwegs hat, bis man das erste Geld sieht. Und dann kann es sich schnell mal auf Hunderttausende Euros an Verbindlichkeiten aufschaukeln. Ich weiß selbst von vielen Fällen, in denen sich einer meiner Berufskollegen auf einen Händler verlassen und unheimlich viel Geld verloren hat. Da habe ich bei meinem Vermarktungspartner einfach ein gutes Gefühl, zumal jedes Jahr die Zahlen veröffentlicht werden. Die Zahlungssicherheit ist ganz entscheidend“ (Interview PE 4).*

Die Viehhandelsstufe hat sich dahingehend verändert, als dass die etablierten Vermarktungsstrukturen (vgl. Kapitel 5.1.2) durch Veränderungen auf den nachgelagerten Stufen (SZV-Stufe sowie LEH, vgl. Kapitel 5.1.3 und 5.1.4) einem erheblichen Anpassungsdruck ausgesetzt sind. Denn nach VOSS und THEUVSEN (2010b: 57) ist in zunehmend konzentrierten Wertschöpfungsketten der Zwischenhandel obligatorisch durch die Gefahr der Ausschaltung („Disintermediation“) bedroht, so dass sämtliche Viehhandelsakteure verpflichtet sind, sich mit der eigenen Rolle innerhalb der Wert-

---

<sup>56</sup> In den vergangenen Dekaden hat es in der wissenschaftlichen Literatur eine Vielzahl an Veröffentlichungen gegeben, die sich mit einer stärkeren (horizontalen oder vertikalen) Integration der landwirtschaftlichen Primärproduktion in koordinierte Wertschöpfungsketten beschäftigt haben. In diesem Zusammenhang scheint es Uneinigkeit darüber zu geben, ob die freie Vermarktung oder stärker integrierte Formen der Kettenorganisation für die grüne Produktionsseite von Vorteil ist (vgl. z.B. Spiller et al. 2005; WBA 2015: 41 ff.).



schöpfungskette kritisch auseinanderzusetzen und die (bisher) verfolgten Geschäftsmodelle und Strategien zu überdenken. Vor diesem Hintergrund ergänzt eine Vielzahl der Viehhandelsunternehmen die klassische Handelsfunktion durch unterschiedliche Service- und Dienstleistungsangebote (vgl. Kapitel 5.1.2, S. 98) und übernimmt damit die Verantwortung, die Qualitätskommunikation zwischen grüner Seite und der nachfolgenden Fleischindustrie (rote Seite) zu koordinieren (BRINKMANN & PETERSEN 2010: 15 ff.). Die in den vergangenen Jahren deutlich gewordenen Tendenzen eines veränderten Qualitätsverständnisses, welches über die rein produktorientierte Sichtweise hinaus geht und zunehmend auch weitergehende betriebliche Verfahrens- und Managementaspekte berücksichtigt, begründen diese Entwicklung. Zur Gewährleistung eines – von den nachgelagerten Stufen und Akteuren geforderten (vgl. Interviews BE 1, BE 4) – entsprechenden Qualitätsniveaus existieren gegenwärtig unterschiedliche Qualitätsmanagementsysteme und Zertifizierungen, die für alle Akteure der grünen Produktionsseite relevant sind. Das ‚QS (‚Qualität und Sicherheit‘) – Prüfsystem‘ gilt als das prominenteste Beispiel aller Qualitätssicherungssysteme, da ihm eine deutschlandweite Marktabdeckung von über 90 Prozent zugesprochen wird (WESTPHAL & SÖLTL 2015: 194 f.). Um die gesamte Tragweite und Bedeutung des QS-Systems mit einem Praxisbeispiel zu hinterlegen, sollte nach einhelliger Meinung zahlreicher Interviewpartner an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass nicht-QS-zertifizierte Mastschweine kaum noch im Markt platziert werden können oder erhebliche Preisabschläge erfolgen (vgl. Interviews BE 8, BE 11, PE 5, SZV 2, SZV 3, VH 3, VH 4).

Die obig beschriebene Ausweitung des Service- und Dienstleistungsangebotes zahlreicher Viehhandelsunternehmen bezieht sich beispielsweise auf die Vorbereitung und Betreuung von QS- und Tierwohl-Audits, Salmonellenmonitoring sowie betriebswirtschaftliche Beratung und Stallmanagement (Schwachstellenanalyse). In diesem Kontext nimmt der administrative Aufwand der Viehhandelsstufe in Sachen Begleitpapiere und Dokumentation der Vorgänge zwar erheblich zu, aber es ergeben sich Möglichkeiten der Marktabgrenzung gegenüber Konkurrenten, woraus wiederum eine verminderte Austauschbarkeit resultiert (vgl. Interviews BE 5, PE 1, PE 5, VH 2, VH 5). Bei gleichbleibender Entwicklung im Viehhandelsbereich ist künftig von einer deutlichen Marktteilung auszugehen. Neben solchen Unternehmen, die sich in ganzheitlicher Weise auf die veränderten Marktanforderungen einstellen und ein umfassendes Service- und Dienstleistungsportfolio anbieten, werden andere in ihrer konservativen Betriebsstruktur verbleibende Unternehmen zum reinen Transporteur von Nutztvieh degradiert (vgl. Interviews BE 1, BE 3).

*„Anders als früher geht es ja heutzutage nicht mehr nur darum, die Stückzahlen [schlachtreife Schweine] unterschiedlicher Mäster zu bündeln und weiter zu vermarkten, sondern es ist wichtiger denn je, die zum Teil gesetzlichen oder freiwilligen Vermarktungsanforderungen, wie zum Beispiel das riesige Feld rund um QS, zu beachten und einzuhalten. Und dadurch verzahnen sich die Aktivitäten von Erzeugern und Vermarktern ja auch zunehmend, so dass vermehrt auch Abhängigkeiten entstehen. Die Macht der nachgelagerten Akteure liegt in diesem Zusammenhang darin, dass sie nur noch Lieferungen aus dem QS-System akzeptieren. Und wenn Du das nicht kannst, bist du raus aus dem Geschäft“ (Interview BE 1).*

Ein wesentlicher Inhalt des vorausgegangenen Zitats beschreibt zum wiederholten Mal, dass die Marktentwicklungen auf der grünen Produktionsseite eine deutliche Strukturveränderung hervorruft, die in einer engeren, vertikalen Verzahnung zwischen landwirtschaftlicher Primärstufe und dem Viehhandel mündet. Daneben sind zunehmend auch horizontale Verflechtungen zwischen unterschiedlichen Viehhandelsorganisationen zu erkennen, die sich für die (Macht-)Konfiguration des gesamten Produktionsnetzwerks als bedeutsam erweisen. Kongruent zu der Veröffentlichung von KLEIN (2015: 101 ff.) verweisen auch die im Rahmen dieser Arbeit interviewten Experten auf eine strategische Kooperation einiger genossenschaftlich-organisierter Viehhandelsunternehmen im Weser-Ems-Gebiet (vgl. Interviews BE 2, BE 3, PE 4, SZV 2, VH 5). Nach Aussage von Beteiligten ist die Initialzündung für diese Zusammenarbeit in dem stetig fortschreitenden Strukturwandel innerhalb der Schweinefleischbranche zu sehen. Allerdings gelten insbesondere die weitaus drastischeren Auswirkungen dieser Konzentrationstendenzen auf den der grünen Produktionsseite nachgelagerten Stufen als bedeutendster Katalysator dieser Kooperationsgedanken. Somit verfolgt die genannte Viehhandelskooperation im Wesentlichen das Ziel, der Machtasymmetrie gegenüber den durch Fusionen und Übernahmen immer größer gewordenen Schlachtkonzernen entgegenzuwirken. Das Bestreben liegt darin, durch eine regionale Bündelung des Angebotes an schlachtreifen Schweinen (Kosten-)Vorteile in der Vermarktung (z.B. Preisvorteile, reduzierte Waschkosten an den Schlachthöfen, bessere Abladetermine und somit Reduzierung der Wartezeiten) zu erzielen. Neben den rein marktrelevanten Aspekten dieser Zusammenarbeit (Gegenmachtbildung durch Bündelung der Stückzahlen) werden immer wieder der Wissensaustausch und *„die Möglichkeit, voneinander zu lernen“* (Interview VH 2) hervorgehoben. Diese Formen eines informellen Austausches gewinnen gegenwärtig – und unabhängig davon, ob es Erzeugergemeinschaften, genossenschaftliche oder private Viehhandelsunternehmen sind – immer mehr an Bedeutung. Das Spektrum solcher Kollaborationen ist

vielschichtig. Es reicht von losen Gesprächen am Telefon über die partnerschaftliche Zusammenarbeit bei der Nutzung von Transportkapazitäten bis hin zur gegenseitigen (Aus-)Hilfe bei Engpässen um Lieferforderungen der Schlachthöfe (vgl. Interviews BE 1, BE 4, VH 2, VH 3, VH 4, VH 5).

Es bleibt festzuhalten, dass die nachgelagerte Fleischindustrie sämtliche Vernetzungen und Verbundaktivitäten seitens des Viehhandels als eklatanten ‚Störfaktor‘ empfindet, welcher – wie im nachfolgenden Teilkapitel zu sehen sein wird – in unterschiedlichen Marktsituationen vehement bekämpft wird (vgl. Interview BE 2, BE 7, VH 1).

#### **6.1.4 Preisbildung, Kulissenkampf und das Nadelöhr zwischen zwei Märkten**

Da ein Großteil aller schlachtreifen Mastschweine über den Viehhandel vermarktet wird, stellt dieser Bereich der Hauptakteure ein wesentliches Intermediär (Bindeglied) zwischen grüner und roter Produktionsseite dar. Aus diesem Grund bilden die Marktprozesse zwischen den Akteuren des Viehhandels und der nachgelagerten Fleischindustrie (SZV-Stufe) die Grundlage für die Auszahlungspreise der Mastschweine, wodurch ein hohes Konfliktpotential in den Preisverhandlungen obligatorisch ist (vgl. Interview BE 1, BE 7, VH1). Die Preisbildungs- und Handelsmechanismen im Bereich der Schlachtschweinevermarktung werden seitens der EU-Agrarpolitik seit dem Jahr 1967 durch eine ‚Gemeinsame Marktorganisation (GMO)‘ für Schweinefleisch festgelegt. Die der Viehhandelsstufe nachgelagerten Schlachtbetriebe rechnen gegenüber den Landwirten über sogenannte ‚Preisabrechnungsmasken‘<sup>57</sup> ab. Im Gegensatz zu vielen anderen europäischen Ländern werden die Preise in Deutschland frei Eingang Schlachtstätte berechnet. Vor diesem Hintergrund fallen vom Stall zum Schlachthof noch sogenannte ‚Vorkosten‘ an, welche die Aufwendungen für Erfassung und

---

<sup>57</sup> In die Preisabrechnungsmasken fließt insbesondere der Muskelfleischanteil (MFA), aber auch Gewichtsgrenzen mit Abschlägen für zu leichte oder zu schwere Schlachtkörper ein. Ferner wird differenziert in der Berücksichtigung von Typmerkmalen, in der Honorierung für Liefertreue oder der Teilnahme an Markenfleischprogrammen. Weitere Qualitätskriterien beziehen sich auf vermarktungsrelevante Fleischeigenschaften, wie zum Beispiel Leitfähigkeit, Reflexionswert, pH-Wert und die Höhe der Tropfsaftverluste (STETTER & SÖLTL 2019: 187 f.; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 182; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 187).

Transport berücksichtigen (MÜLLER & BRAUN 2011; SPILLER et al. 2005: 161 ff.; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 182; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 187)<sup>58</sup>.

Der sogenannte ‚Basispreis‘<sup>59</sup> bildet die Bezahlungsgrundlage der vermarkteten Schweine. In den letzten Jahren hat sich vor allem der ‚Vereinigungspreis (oder auch ‚Nordwestpreis‘)‘ als Abrechnungskennzahl von Schlachtschweinen in Deutschland etabliert<sup>60</sup>. Der Nordwestpreis wird von der ‚Vereinigung der Erzeugergemeinschaften für Vieh und Fleisch‘ (VEZG) wöchentlich veröffentlicht<sup>61</sup>. Die der Vereinigung zugehörigen Erzeugergemeinschaften erfassen und vermarkten rund ein Fünftel der wöchentlich in Deutschland geschlachteten Schweine. Somit hat der VEZG-Preis eine maßgebende Funktion für den Großteil der in Deutschland angewandten Preismasken und dient darüber hinaus als Empfehlung und Richtschnur für alle am Markt gehandelten Schlachtschweine – auch außerhalb der deutschen Landesgrenzen (LAND & FORST 2013; SPILLER et al. 2005: 167; STETTER & SÖLTL 2019: 187 ff.; VEZG 2016; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 183).

*„An der VEZG-Notierung scheiden sich die Geister. Schweinemäster empfinden sie eigentlich immer als zu niedrig, während die Schlachter vom Gegenteil überzeugt sind. Der Zusammenhang zwischen der Notierung und den tatsächlich ausgezahlten Preisen ist ein Kräftespiel zwischen den Handelspartnern“ (Interview VH 2).*

Nichtsdestotrotz existieren in Deutschland eine Vielzahl an Abrechnungsvarianten in Form unterschiedlicher Preismasken, da die in die Schlachtschweineabrechnung eingehenden Kriterien nicht allgemein verbindlich geregelt sind (STETTER & SÖLTL 2019: 187 ff.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 187). In früheren Zeiten – bis Ende der 1990er Jah-

---

<sup>58</sup> Die an dieser Stelle beschriebenen Zahlungsmodalitäten der Schlachtbetriebe erklären den im Rahmen der Ferkelvermarktung (vgl. Kapitel 6.1.1) dargelegten Anforderungen homogener Großpartien. Denn in der Schlachtschweinevermarktung ist eine kleine Streuung von qualitätsgebenden Parametern (z.B. Gewicht und Muskelfleischanteil) immanent wichtig, da sie angesichts der Einengung der Systemgrenzen in den Abrechnungsmasken und der Erhöhung der Abschläge für die sich nicht im Optimum befindenden Schweine von entscheidender Bedeutung ist (WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 197).

<sup>59</sup> Er gilt für einen nach (FOM-)Klassifizierung ermittelten und genau definierten MFA und einen festgelegten Schlachtgewichtskorridor. Im Rahmen der AutoFOM-Klassifizierung geben Preisfaktoren den je Indexpunkt gezahlten Preis an (WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 183).

<sup>60</sup> Notierungen der ‚Wareterminbörse (WTB)‘ und die Ergebnisse der internetbasierten ‚ISN-Schweinebörse‘ geben weitere Anhaltspunkte für die Preisentwicklung auf dem Schweinemarkt. Allerdings sind diese im Vergleich zum Nordwestpreis von untergeordneter Bedeutung. Auch veröffentlichen die amtlichen Preisfeststellungen einen Basispreis, jedoch in der Regel etwas zeitversetzt (vgl. Interview BE 3).

<sup>61</sup> Angenommen wird dabei der Median der Schlachtschweinepreise, die von den mehr als 30 angeschlossenen EZG gemeldet werden. Der Nordwestpreis bezieht sich auf 57 Prozent MFA (FOM-Klassifizierung) beziehungsweise 0,70 bis 1,05 Indexpunkte (AutoFOM-Klassifizierung) unter Verwendung der sogenannten ‚Nord-West-Maske‘ und definierter Vorkosten (SPILLER et al. 2005: 167; VEZG 2016; STETTER & SÖLTL 2019: 187 ff.; WESTPHAL & MAYERSHOFER 2014: 183).

re – orientierten sich die Schlachtunternehmen mehrheitlich an der Nordwest-Maske (HORTMANN-SCHOLTEN 1999: 62), während sich gegenwärtig im Schlachtschweinemarkt eine erhebliche Maskenvielfalt etabliert hat (vgl. Interviews BE 1, BE 7, BE 8, SZV 4, VH 2, VH 3). Neben den Schlachtunternehmen gehen inzwischen auch Vertreter der Viehhandelsstufe dazu über, eigene Masken zu entwickeln, so dass der Schweinemäster wenig Einblick in die abrechnungsrelevanten Daten hat. Derartige Entwicklungen erschweren die Schaffung von Preistransparenz in erheblichem Maße, da jede Preismaske die Schweine anders bewertet. Diese Intransparenz und daraus oftmals resultierende Unsicherheiten der Schweinemäster kann mit dem Phänomen des ‚Maskenschlupfs‘ belegt werden: Maskenschlupf bedeutet, dass der tatsächliche Auszahlungspreis, den der Landwirt gemäß der Schlachtschweinegewichte erhält, aufgrund unterschiedlicher Einflussfaktoren (z.B. Klassifizierungsverfahren, Vorkosten, Maske, Ausschachtung, Zu- und Abschläge) zum Teil erheblich unter dem Basispreis liegt. Die geforderten Qualitäten sind aus Sicht der Landwirte nicht vollständig planbar (exogene Unsicherheiten), so dass gegenüber der Schlachtstufe oftmals Misstrauen aufgebaut wird (ISN 2014; SPILLER et al. 2005: 169 f.; STETTER & SÖLTL 2019: 187 ff.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 187).

*„Die Schlachtstufe ist für die vorgelagerten grünen Produktionsstufen seit jeher ein rotes Tuch. Wieso auch immer, aber es ist einfach so, dass das Vertrauen geschrumpft ist. Die grüne Seite meint immer, dass die Schlachthöfe sie über den Tisch ziehen in irgendeiner Form“* (Interview SVZ 1).

Auch die bereits beschriebene Koexistenz zweier Klassifizierungsverfahren (FOM und Auto-FOM), die ein vollständig unterschiedliches Abrechnungssystem bedingen, verschärft das Problem der Preisintransparenz auf dem Schlachtschweinemarkt. Hinzuzufügen ist an dieser Stelle die seit vielen Jahren von unterschiedlichen Akteuren in Frage gestellte Neutralität der akkreditierten Klassifizierungsunternehmen. In diesem Zusammenhang wird – zumindest im Zuge der FOM-Klassifizierung – vermutet, dass die zur Objektivität verpflichteten Sachverständigen (Klassifizierer) teilweise von Schlachtunternehmen geknebelt werden, um die zu ermittelnden Qualitätsparameter (zu Gunsten der Schlachthöfe) zu beeinflussen (vgl. Interviews BE 5, BE 7, PE 1, SZV 2, SZV 4, VH 4). SPILLER et al. (2005: 173 f.) erachten ein vereinfachtes System, welches im Vorfeld einschätzbar ist und übersichtlichere Qualitätsanforderungen umfasst, als eine wichtige Voraussetzung für eine wirtschaftliche Schweinemast. Das Ziel der Landwirte liegt auch in einer weitgehenden Transparenz über die Auszahlungspreise der einzelnen Abnehmer. Die Unternehmen der Schlachtstufe sind hin-

gegen aus ökonomischen Gründen um eine möglichst hohe Intransparenz bemüht, welche sich durch ein kompliziertes System und eine zunehmend dynamische Maskenvielfalt ausdrückt.

Das gesamte Vergütungssystem und insbesondere die Preisfindungsmechanismen im Zuge der VEZG-Notierung werden von den meisten Akteuren der grünen Veredelungsseite als wichtiges Instrumentarium erachtet, um aktiv an der Preisbildung zwischen grüner und roter Seite mitzuwirken und nicht einem „*Preisdiktat der Marktmächtigen*“ (Interview PE 1) ausgesetzt zu sein. Eine hohe Preistransparenz wurde bei der Einführung der Preismeldung durch den Gesetzgeber intendiert, um die Verhandlungsposition der grünen Produktionsseite zu stärken (SPILLER et al. 2005: 173). Somit gilt die VEZG als ein ‚Instrument der Gegenmachtbildung‘, mit dem der Versuch unternommen wird, sich zu bündeln und in geschlossener Weise gegenüber der stark konzentrierten SZV-Stufe aufzutreten, um eine notwendige Markttransparenz zu erreichen. Nach einhelliger Meinung der Interviewpartner ist es gelungen, eine starke Gemeinschaft zu initiieren, deren Marktmacht auch anerkannt ist (vgl. Interviews BE 1, LEH 2, PE 2, PE 4, SZV 1, SZV 3, VH 2, VH 5). Allerdings sind die an der Preisfindung beteiligten Erzeugergemeinschaften nicht selten in der Situation, in durch ein hohes Angebot von Mastschweinen gekennzeichneten Marktphasen ihre sonst üblichen Lieferkapazitäten nicht an den Schlachthöfen platzieren zu können. In diesem Zusammenhang berichten unterschiedliche Marktexperten, dass Preismelder in praxi bewusst unter Druck gesetzt werden (vgl. Interviews BE 3, VH 1).

*„Man sieht es vor allem in Wochen, in denen die Preisfindung schwierig ist. Denn dann werden gezielt die als Preismelder bekannten Erzeugergemeinschaften abgestraft. Ganz nach dem Motto: Denen sage ich jetzt erstmal ein paar Züge ab. Aus diesem Grund ist die VEZG zunehmend daran interessiert, die Preisermittlung breiter aufzustellen, indem sich weitere, bisher nicht involvierte Erzeugergemeinschaften an der Notierung beteiligen. Das Ziel ist es, Mitglieder zu werben und die Preisfindung intransparenter zu machen. Denn dann wissen die Schlachthöfe nicht immer sofort, wer die Hauptverantwortlichen bei der Preisgestaltung sind, um dies in Zukunft mit einer Retourkutsche zu ahnden“* (Interview BE 1).

Einige Vertreter der nachgelagerten SZV-Stufe empfinden die kartellrechtliche Legitimierung dieser Preisfindung als ungerecht, da der Fleischindustrie im Gegenzug jedwede Absprachen untersagt werden. Andere hingegen erachten die Preisnotierung als sinnvoll, da sie für die gesamte Branche als Orientierungshilfe dient (vgl. z.B. TOPAGRAR 2016a; vgl. Interviews PE 1, PE 3, SZV 1, SZV 5, VH 1, VH 4, VH 5).

In Wochen, in denen die SZV-Stufe nicht mit der VEZG-Preisempfehlung einverstanden ist, reagieren die Schlachthöfe nicht selten mit der Auslobung von ‚Hauspreisen‘<sup>62</sup>. Zweifelsohne kommt das Phänomen der Hauspreisbildung insbesondere dann zum Tragen, wenn im Markt das Angebot schlachtreifer Schweine größer ist als die Nachfrage. Allerdings vermuten viele Marktexperten eine große Intransparenz bei der Hauspreisumsetzung. Dabei wird in Frage gestellt, ob *allen* Lieferanten auch tatsächlich der ausgerufene Hauspreis ausgezahlt wird, oder ob einige (z.B. Großlieferanten) bevorzugt behandelt werden und die Differenz zur VEZG-Notierung auf anderen Wegen (z.B. Service- und Provisionsvergütung oder Frachterstattung) wieder ausgeglichen wird (‚Entschädigungsregelungen‘, Maskenschlupf). (vgl. Interviews BE 2, BE 4, PE 2, VH 1). Auch empfinden einige Interviewpartner die Hauspreispolitik einiger Schlachtunternehmen als strategische Maßnahme, um auf die Struktur und die Modalitäten in der Preisfindung Einfluss zu nehmen. Dabei wird der Versuch unterstellt, die bestehenden Preisbildungsmechanismen auszuhebeln, um die eigene Verhandlungsposition zu verbessern und einen größeren Handlungsspielraum zu generieren (vgl. Interviews BE 5, BE 7, PE 5, VH 3, VH 4).

In der Preispolitik und im Kulissenkampf um Hauspreise spielen die ‚Top 4‘ – Unternehmen der SZV-Stufe eine wesentliche Rolle, da sie entsprechend ihrer Marktanteile (vgl. Kapitel 5.1.3) versuchen, durch gezielte Einwirkung auf die (Preis-)Melder und die Androhung von Hauspreisen auf die Preisfindung Einfluss zu nehmen. Darüber hinaus sind sie in der Regel die ersten, die Hauspreise tatsächlich ausloben und umsetzen. Es ist keine Seltenheit, dass weitere Schlachtunternehmen (unter ihnen auch Mittelständler) als Marktfolger ebenfalls Hauspreise ausrufen. Diese Marktstrategie der synchronisierten Hauspreisbildung (‚Trittbrettfahrer‘) ist in den vergangenen Jahren auf der SZV-Stufe immer häufiger zu beobachten, so dass sie zweifelsohne als bedeutendes Machtinstrument zu erachten ist. Trotz kartellrechtlicher Untersagungen hinsichtlich jedweder Form von Preisabsprachen (und somit auch einer Abstimmung bei der Hauspreispolitik) ist die ‚Synchronisation‘ bei wenigen Akteuren einer Produktionsstufe wahrscheinlich deutlich einfacher. Aus diesem Grund vermuten viele Experten im Gesamtkontext der Hauspreisthematik ein oligopolistisches Parallelverhalten zwischen den unterschiedlichen Akteuren der SZV-Stufe (TOPAGRAR 2011; vgl. Interviews BE 1, BE 3, PE 2, VH 2; vgl. BUDDE 2000).

---

<sup>62</sup> Von Hauspreisen ist die Rede, wenn die Schlachter den Vereinigungspreis unterlaufen und nicht Willens sind, Mastschweinelieferungen gemäß der Notierung zu vergüten.

Eine weitere Auffälligkeit im Kulissenkampf um Hauspreise wird mit dem zunehmenden Eindringen ausländischer Fleischkonzerne in den deutschen Markt (vgl. Kapitel 5.1.3, S. 100) begründet. Denn immer wieder wird im Rahmen der durchgeführten Experteninterviews der Gedanke geäußert, dass insbesondere diese Unternehmen bedeutende Taktgeber und Vorreiter bei der Hauspreisthematik sind und die Frequenz des Aufrufens von Hauspreisen merklich erhöht wurde (vgl. Interviews PE 2, SZV 2, VH 4, VH 5). In diesem Kontext beschreibt ein Vertreter der Viehhandelsstufe den „Hauspreis als Kind der Globalisierung“ (Interview VH 4). Es wird vermutet, dass neben den günstigen Arbeitsverhältnissen (niedrige Schlacht- und Zerlegekosten) die deutsche SZV-Stufe vor allem aus einem (preis-)politischen Hintergrund interessant ist<sup>63</sup>. Dieser könnte zu der betriebswirtschaftlichen Erwägung geführt haben, den Einfluss auf den deutschen Markt mit dem Ziel der Angleichung des Preisniveaus (im Verhältnis zum Ursprungsland des entsprechenden Unternehmens) zu erhöhen. Für ausländische Fleischkonzerne könnte ein weiterer Grund für die Standortexpansion nach Deutschland in der Verfügbarkeit alternativer, internationaler Vertriebswege liegen (vgl. Interviews BE 7, BE 8, SZV 2, SZV 3). Nichtsdestotrotz „bedarf es sicherlich einer entsprechenden Zeit der kulturellen Eingewöhnung“ (Interview SZV 5), um die Besonderheiten des deutschen Vieh- und Fleischmarktes (z.B. die Zweistufigkeit der Lebendviehvermarktung als Alleinstellungsmerkmal des deutschen Marktes, vgl. Kapitel 5.1.2, S. 96 ff.) zu verstehen und sich dementsprechend anzupassen. Auch erscheint in diesem Zusammenhang der Geltungsdrang unterschiedlicher interessengeleiteter (vgl. Kapitel 5.2) und staatlich-politischer Akteure (vgl. Kapitel 5.3) als Charakteristikum des deutschen Binnenmarktes. Die genannten Einflussgrößen werden von einigen Experten als eine Art von Marktprotektionismus interpretiert, der weiteren ausländischen Konzernen die Expansion in den deutschen Markt erschwert und wahrscheinlich als *High-Risk-Invest* erachtet wird (vgl. Interviews BE 3, BE 6, SZV 3). Alles in allem wird deutlich, dass die Auslobung von Hauspreisen bei vielen Vertretern der grünen Produktionsstufen erhebliche Irritationen und Verunsicherungen auslöst. So halten beispielsweise in Hauspreisphasen einige Schweinemäster ihre schlachtreifen Tiere in Erwartung eines ansteigenden Preisniveaus bewusst zurück (SPILLER et al. 2005: 173; vgl. Interviews VH 4, VH 5).

---

<sup>63</sup> Das Preisniveau für Schlachtschweine in Dänemark war in den vergangenen Jahren nicht zufriedenstellend und lag deutlich hinter dem deutschen Maßstab (selbiges traf lange Zeit auch für die Niederlande zu). Aus diesem Grund wanderten vermehrt Lebendviehtransporte mit schlachtreifen Mastschweinen über die Landesgrenzen in Richtung deutscher Schlachtbetriebe ab. Infolgedessen hatten dänische Schlachtstätten erhebliche Verluste (z.B. in Form geringer Auslastungsgrade) zu erleiden (vgl. Interviews BE 7, BE 9, SZV 3).



Die vorangegangenen Interpretationen entspringen strukturbedingten Beobachtungen. Denn aufgrund des weiter (und auch wesentlich schneller) voranschreitenden, sektoralen Strukturwandels in der Fleischindustrie (SZV-Stufe) ist die vorgelagerte grüne Produktionsseite kaum in der Lage, alternative Absatzmöglichkeiten in angemessener Anzahl zu finden. Dieses Abhängigkeitsverhältnis wird aufgrund der sich gleichzeitig intensivierenden räumlichen Konzentrationstendenzen verschärft, so dass in einigen nordwestdeutschen Regionen die Vermarktungsalternativen mitnichten existent sind und von einem quasi Monopol der SZV-Stufe gesprochen werden kann (vgl. Interviews BE 7, VH 3). Im Kontext fehlender Vermarktungsalternativen kommt erschwerend hinzu, dass von unterschiedlichen politischen Parteien und Entscheidungsträgern sowie weiteren interessen geleiteten Vertretern immer wieder über Transportzeiten im Nutztierbereich diskutiert wird (vgl. z.B. TOPAGRAR 2017). Diese Thematik gibt – nach Meinung einiger Branchenexperten – Grund zur Sorge, denn eine Limitierung der Transportzeiten würde den Strukturwandel weiter vorantreiben und die Absatzmöglichkeiten der grünen Seite nachhaltig einschränken (vgl. Interviews BE 7, IA 2, IA 3, SPA 3, SZV 4, SZV 5).

*„Die Diskussion über die Tiertransportzeiten ist ein Damoklesschwert, was den freien Wettbewerb außer Kraft setzen würde. Es wird ja immer wieder gefordert und diskutiert seitens Politik und anderer Stakeholder, dass die Tiertransportzeiten auf acht oder vier Stunden begrenzt werden. Käme es dazu, gäbe es einen riesigen Strukturkatalysator. Denn mehr als 30 Prozent aller Lebendviehtransporte im Radius von 50 Kilometern um unseren Schlachtbetrieb herum dauern schon deutlich länger als vier Stunden. Natürlich gibt es eine ganz klare Tendenz in Richtung des regionalen Bezugs – vor allem aufgrund der räumlichen Konzentration der Nutztierhaltung. Allerdings geht es mit Blick auf die Transportzeiten um die Aufrechterhaltung des Wettbewerbs. Wird die Möglichkeit, in bestimmten Marktsituationen die in unmittelbarer Nachbarschaft gelegenen Schlachtstätten zu umfahren und längere Wege in Kauf zu nehmen durch Reglementierung von außen unterbunden, ist der – wenn überhaupt noch vorhandene – freie Wettbewerb gänzlich außer Kraft gesetzt“ (Interview SZV 5).*

Im Jahresverlauf kann es im zeitlichen Wechsel durchaus zu zyklischen und saisonalen Preis- und Mengenschwankungen kommen, die sich überlagern. Diese Bewegungen am Schlachtschweinemarkt werden als ‚Schweinezyklus‘ bezeichnet (WESTPHAL & SÖLTL 2015: 187 f.). Daneben wurden in den vergangenen Jahren im Rahmen der wöchentlich vermeldeten Preisnotierungen bisher nicht übliche Volatilitäten deutlich.

Dieses Phänomen der hochfrequentierten Preisschwankungen scheint mittlerweile im Rahmen von branchenübergreifenden Globalisierungstendenzen Normalität zu sein. Allerdings sind im Kontext der Schlachtschweinevermarktung und der sich anschließenden Fleischmärkte unterschiedliche Rahmenbedingungen und Besonderheiten zu berücksichtigen: Die Schweinefleischkette ist unterteilt in zwei unterschiedliche Märkte. Diese Märkte sind einerseits voneinander losgelöst und andererseits in Anbetracht der Wertschöpfungsabfolge miteinander verknüpft. Der vorgelagerte Bereich ist der Lebendviehmarkt, der vom Aufkommen schlachtreifer (Nutz-)Tiere und von der Nachfrage der SZV-Stufe gekennzeichnet ist. Der nachgelagerte ‚Fleischmarkt‘ schließt sich in kausaler Abfolge direkt an. Er besteht aus den angebotenen Fleischmengen der SZV-Stufe und der gleichzeitigen Nachfrage des LEH und dem Weltmarkt (Export). Aufgrund der Koexistenz beider Märkte stellt die SZV-Stufe – im metaphorischen Sinne – ein Nadelöhr dar. Neben den gehandelten Mengen an Lebendvieh (grüne Marktseite) beziehungsweise Fleisch und Fleischwaren (rote Marktseite) passieren insbesondere marktrelevante Informationen aus unterschiedlichen Richtungen das Nadelöhr (vgl. Interviews BE 3, BE 5, VH 3, SZV 1, SZV 4). Mit Blick auf die Frage, wie die Beziehungsstruktur der (Haupt-)Akteure gestaltet ist und welche Machtkonstellationen sich daraus ergeben, ist an dieser Stelle die Einschätzung einiger Branchenkenner zu vermerken, wonach zwischen grüner und roter Seite ein Ungleichgewicht an Markttransparenz herrscht, welches das beschriebene Nadelöhr als ein semipermeables Austauschmedium definiert (vgl. Interviews BE 3, BE 5). Einerseits gilt der Lebendviehbereich aufgrund der (VEZG-)Preisfindungsmechanismen als vermeintlich „gläsern und absolut transparent“ (Interview VH 3), so dass den nachgelagerten Akteuren aus SZV und LEH zu jedem Zeitpunkt eine valide Einschätzung der entsprechenden Marktsituation vorliegt, mit der kalkuliert werden kann. Andererseits ist davon auszugehen, dass die abnehmende Hand (SZV-Stufe) den Akteuren der grünen Produktionsseite in bewusster Weise valide Aussagen über die tatsächliche Angebots- und Nachfragesituation im (globalen) Fleischmarkt verwehrt (vgl. Interviews BE 2, BE 3, BE 5, PE 2, VH 3). Denn die strategisch günstige Position als Bindeglied zwischen dem Lebendviehmarkt und den sich anschließenden Fleischmärkten gibt der SZV-Stufe die Macht, sämtliche Informationskanäle zu ihren Gunsten zu nutzen und aktiv zu kontrollieren (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 16), um gegenüber der grünen Seite eine höchstmögliche Intransparenz und somit einen verhandlungsstrategischen Vorteil zu erreichen (vgl. Kapitel 2.1.5, S. 28 ff.).

*„Der VEZG-Preis vermag es, Angebot und Nachfrage auf der grünen Seite abzubilden. Die Markt- und Absatzsituation jenseits der Schlachthöfe jedoch, die bestenfalls*

*auch in der Preisfindung berücksichtigt werden sollte, ist den beteiligten Erzeugergemeinschaften quasi unbekannt, da – trotz Rücksprache mit Marktpartnern aus nachgelagerten Stufen – eine immanent hohe Intransparenz herrscht. Was fehlt sind gehaltvolle Informationen über die Vermarktung des Fleisches und der Endprodukte“ (Interview BE 12).*

Die zu Beginn dieses Abschnittes beschriebene, enorme Marktpolarisierung im Rahmen der wöchentlichen (VEZG-)Preisnotierungen führen über alle Stufen der Wertschöpfungskette hinweg zu Unsicherheiten, blockieren unternehmerische Entscheidungen und beeinflussen die Planungssicherheit. Gleichzeitig ist bei unterschiedlichen Akteuren zunehmend auch spekulatives Marktverhalten erkennbar (vgl. Interviews BE 4, VH 1).

Aufgrund der in diesem Teilkapitel beschriebenen Organisationsstruktur, welche Ausdruck der Beziehung zwischen verschiedenen Akteuren der grünen Produktionsseite und der sich anschließenden SZV-Stufe (rote Seite) ist, lässt sich ableiten, dass die Zusammenarbeit dieser beiden Bereiche vermeintlich unterentwickelt ist. Damit ist gemeint, dass lediglich auf den einzelnen Stufen ein abgestimmtes, koordiniertes und planerisches Handeln erkennbar ist (z.B. synchronisierte Hauspreispolitik). Es wäre für alle Beteiligten sinnvoll, in übersättigten Marktphasen (Überangebot an Schlachtschweinen) die Schlachtgewichte zu reduzieren und somit die Fleischproduktion zu drosseln. Denn dadurch würden Marktentlastungen entlang aller Wertschöpfungsstufen erwirkt. Allerdings ist in diesem Kontext oftmals seitens der Fleischindustrie (SZV-Stufe) ein markt egoistisches Verhalten erkennbar, welches durch die Ausprägung der unterschiedlichen Preismasken zum Ausdruck kommt und eine bestmögliche Auslastung der Schlachthaken (niedrigere Prozesskosten je Kilogramm ausgestoßenes Fleisch bei höheren Schlachtgewichten je Tier) vorsieht.

*„Ich habe einen Schlachthaken und je mehr Gewicht dran hängt, umso opportuner kann ich ihn in der Wertschöpfungskette nutzen. Das heißt, wir haben einen Zwang zu immer höheren Schlachtgewichten. Und je stärker der ökonomische Druck geworden ist, umso schwerer sind auch die Schweine geworden“ (Interview SZV 5).*

Ein über mehrere Stufen koordiniertes Handeln der unterschiedlichen Akteure zur Verbesserung der Marktkonfiguration ist in stärker integrierten Ketten (z.B. Zuckerindustrie, Geflügelfleischerzeugung) Usus. So ist beispielsweise die Geflügelwirtschaft wesentlich eher in der Lage, auf unterschiedliche Marktsituationen oder neue Anfor-

derungen von LEH oder Konsument zu reagieren. Dies hat insbesondere mit Entscheidungsprozessen und deutlich kürzeren Produktionsintervallen zu tun (vgl. TOPAGRAR 2016b).

## **6.2 Die rote Seite der Macht und Handelsströme der Fleischindustrie**

In diesem Teilkapitel werden die Macht- und Einflussfaktoren auf der roten Seite der Veredelungswirtschaft beschrieben. Ein wesentliches Merkmal ist dabei das Beziehungsgefüge zwischen den unterschiedlichen Akteuren der SZV-Stufe und dem Handel mit Fleisch und Fleischwaren im Export sowie in Richtung des (innerdeutschen) LEH.

### **6.2.1 Wettbewerbsfähigkeit, Kostenstruktur und Billiglohnstrategie**

Die Fleischindustrie kauft vornehmlich über den zwischengeschalteten Viehhandel schlachtreife Mastschweine auf, schlachtet und verarbeitet sie und versendet Schweinehälften, Teilstücke und weitere Verarbeitungsprodukte in die Konsumgebiete (WESTPHAL & SÖLTL 2015: 191; vgl. Kapitel 5.1.3).

Die Unternehmen der deutschen SZV-Stufe nehmen innerhalb der Europäischen Gemeinschaft eine herausragende Stellung ein, da durch enorm wettbewerbsfähige Betriebe eine günstige Struktur der Produktionskosten (insbesondere bei Schlachtung und Zerlegung) vorliegt. Zunächst gilt die (einzel-)betriebliche Infrastruktur, welche beispielsweise durch den optimalen Einsatz von Technik, Arbeitsabläufen sowie Verpackungs- und Kühlprozessen bestimmt wird, als grundlegender Einflussfaktor für die herausragende Stellung der deutschen (Schweine-)Fleischindustrie. Auch ist erwiesen (vgl. z.B. EFKEN 2013), dass hierzulande die größten (Schlacht-)Kapazitäten bei einer gleichzeitig hohen Auslastungsquote für *„auffällig geringe Produktionskosten je geschlachtetes Kilogramm im Vergleich aller europäischen Wettbewerber“* (Interview SZV 4) sorgen. Allerdings ist nach einhelliger Meinung von Branchenexperten unbestritten, dass ein auf die SZV-Stufe lastender, permanent hoher Preisdruck die bedeutendste Triebfeder für die niedrigen Produktionskosten darstellt und einen erhebli-

chen Zwang zur Kostensenkung auslöst (vgl. Interviews BE 4, BE 7, BE 10, SZV 1, SZV 2, SZV 4, SZV 5)<sup>64</sup>.

Für die Schlacht- und Verarbeitungsbetriebe stellen insbesondere die Beschaffungskosten für die Schlachttiere die mit Abstand wichtigste Kostenposition dar. Aus diesem Grund gelten die an die Schweinemäster gezahlten (Lebendvieh-)Preise als die wichtigste Stellschraube zur Verbesserung der Kostenstruktur im Schlachtbetrieb (RECKE et al. 2011: 18). In diesem Kontext wird einmal mehr deutlich, welche besondere Relevanz der bereits beschriebene Kulissenkampf im Lebendviehmarkt (vgl. Kapitel 6.1.4) für die rote Produktionsstufe hat. Neben den Einsparpotentialen im Rohstoffbezug (Einkauf der Schlachtschweine) wird von den unterschiedlichen Akteuren der Fleischindustrie oftmals auch nach innerbetrieblichen Reserven zur Senkung der Produktionskosten gesucht. Hier gilt der Einsatz von ausländischen Leiharbeitern mit geringem Organisationsgrad und Werkverträgen als prominenteste Möglichkeit zur (Lohn-)Kostensenkung (vgl. Interviews BE 5, SZV 4), was jedoch zu erheblichen Akzeptanzproblemen in der Gesellschaft (Konsument) und bei interessengeleiteten sowie staatlich-politischen Akteuren führt<sup>65</sup>.

## **6.2.2 Unterschiede zwischen Mittelstand und Großkonzernen sowie Tendenzen zur vertikalen (Vorwärts-)Integration**

Zwischen den einzelnen Akteuren der SZV-Stufe sind signifikante Disparitäten hinsichtlich Betriebsgrößen und strategischer (nationaler und internationaler) Marktpositionierungen erkennbar. Zu unterscheiden ist vornehmlich zwischen mittelständischen Firmen und Großkonzernen (vgl. Interviews BE 2, BE 11, SZV 1, SZV 4).

Mittelständische SZV-Unternehmen produzieren in erster Linie für den innerdeutschen Markt. Der Absatz erfolgt in großem Umfang über (lokale) Fleischerfachgeschäfte (FFG), Zerlege- und Verarbeitungsbetriebe unterschiedlicher Größenordnung sowie mittelständische Filialunternehmen des LEH – zumeist regionaler Ausprägung. In diesem Kontext liegt ein (Anforderungs-)Merkmal darin, dass oftmals besondere Spezifikationen (z.B. entsprechende Zuschnitte für regionale Spezialitäten) verlangt werden. Dabei wird bereits im Lebendvieheinkauf gezielt darauf geachtet, dass ent-

---

<sup>64</sup> Nach LÜTH & SPILLER (2005) verstärkt das Fehlen starker Marken im Rotfleischbereich, in dem es außerhalb regionaler Nischen kaum Markenartikel gibt, die Wirkung des Preisdrucks auf die SZV-Stufe. In diesem Kontext nimmt das nachfolgende Kapitel 6.3.2 Bezug auf die Sortimentszusammensetzung im LEH, welche – wie später zu sehen sein wird – den Schlacht- und Verarbeitungsunternehmen Differenzierungs- und Wertschöpfungspotentiale entzieht und den Preis- und Kostendruck weiter erhöht (RECKE et al. 2011: 18).

<sup>65</sup> Der in diesem Zusammenhang beschriebene Einfluss der außerwirtschaftlichen Akteure (interessengeleitete und staatlich-politische Akteure) auf die Produktion (Hauptakteure) wird in Kapitel 7.1 explizit dargestellt.

sprechende Qualitäten nach den Vorstellungen der Kunden nachgefragt werden. Denn auf diese Weise ist der Mittelstand in der Lage, den gesonderten Anforderungen auch nachzukommen. Die konzernartigen Player der SZV-Stufe haben ein breiteres Kundenspektrum und bedienen vorwiegend den Massenmarkt der großen, überregional (und teilweise auch international) agierenden Lebensmittelhändler (und deren Fleischwerke) (vgl. Kapitel 5.1.4). Sie produzieren im Gegensatz zu den mittelständischen Unternehmen im industriellen Maßstab und können die Nachfrage an außerordentlichen Produktspezifikationen nur schwer erfüllen. Außerdem sind die Großkonzerne der Fleischindustrie aufgrund größerer Kapazitäten aus Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung eher imstande, für den Weltmarkt zu produzieren und entsprechend exportorientiert (vgl. Interviews BE 6, BE 10, BE 11, SZV 2)<sup>66</sup>.

*„Jeder versucht, dem Kunden etwas Besonderes anzubieten. Sei es Regionalität, sei es Bio, Markenfleisch-Programme oder das Erfüllen besonderer Themen im Bereich Tierwohl und Tierschutz. Das lässt sich teilweise nur mit kleineren und mittelständischen Betrieben aus der Fleischwirtschaft umsetzen, weil die noch eher bereit sind, Besonderheiten und Wünsche des Handels zu berücksichtigen. Die Großen haben es mittlerweile auch gelernt, teilweise darauf einzugehen, aber hier geht es in erster Linie um Massenschlachtung, da muss Menge fließen. Der Mittelstand produziert vorwiegend für den regionalen, innerdeutschen Markt, während die Großen neben einer deutschlandweiten Kundschaft zusätzlich für den Weltmarkt produzieren. Hier wird Rohstoffsicherung verlangt und dabei ist es quasi egal, wo das Fleisch herkommt“* (Interview LEH 2).

Kongruent zur Situation auf den (bereits beschriebenen) grünen Produktionsstufen (vgl. Kapitel 6.1) wird auch im SZV-Bereich die Größenstruktur der unterschiedlichen Akteure als bedeutendes Wettbewerbsmerkmal gegenüber der Konkurrenz erachtet. Einige Facetten und (wirtschaftliche) Möglichkeiten eines Großkonzerns werden nachfolgend exemplarisch am Beispiel des Branchenprimus der SZV-Stufe dargelegt. Der Tönnies-Konzern ist mit mehr als 30 % (16,3 Mio. Schlachtungen in 2020) aller in Deutschland geschlachteten Schweine alleiniger und absoluter Spitzenreiter der SZV-Stufe (vgl. Kapitel 5.1.3, S. 98 ff.). Somit schlachtet das Unternehmen jedes vierte in Deutschland geschlachtete Schwein. Tönnies setzt auch in Zeiten niedriger Schwei-

---

<sup>66</sup> Auf die für die unterschiedlichen Unternehmen der SZV-Stufe zunehmende Verpflichtung, die produzierten Fleischerzeugnisse zu exportieren, wird im nachfolgenden Teilkapitel weiter eingegangen (vgl. Kapitel 6.2.3).

nepreise – wie in der jüngeren Vergangenheit häufig der Fall – voll auf Wachstum. Vor diesem Hintergrund waren in den vergangenen Jahren zahlreiche Fusions- und Akquisitionsaktivitäten zu verzeichnen. Mit dem Unternehmen ‚Thomsen‘ (Thomsen GmbH & Co. KG) in Kellinghusen wurde jüngst zwar nur ein relativ kleiner Wettbewerber übernommen, allerdings liegt dieser in Schleswig-Holstein und aufgrund fehlender Konkurrenz strategisch günstig. Die konzerneigene ‚zur Mühlen Gruppe‘ (zur Mühlen ApS & Co. KG) konnte durch den Kauf des Versmolder Fleischwarenunternehmens ‚Nölke‘ (Heinrich Nölke GmbH & Co. KG), unter dem bekannte Marken wie ‚Gutfried‘, ‚Menzeffricke‘ und ‚Müritzer‘ firmieren, erweitert werden. Mit Blick auf einzelne Teilmärkte des Unternehmens, insbesondere der Sauenschlachtungen, hat das Bundeskartellamt im Jahr 2011 den Aufkauf des Wettbewerbers ‚Tummel‘ aufgrund der *„(...) Verstärkung bereits bestehender marktbeherrschender Stellungen (...)“* (BKARTA 2011: 3) untersagt. Auch im internationalen Kontext wurden Marktbestrebungen verstärkt. So wurde in Dänemark, wo Tönnies ohnehin schon seit einigen Jahren am Standort Brörup aktiv ist, im Jahr 2015 mit ‚Tican A/S‘ das zweitgrößte dänische Schlachtunternehmen übernommen, wodurch der Marktanteil dort auf annähernd 20 % angestiegen ist (ISN 2016; ISN 2015a; ISN 2015b; STETTER et al. 2019: 171 ff.; vgl. TÖNNIES 2015). Gegenwärtig scheinen vornehmlich auch die asiatischen Märkte lukrativer zu werden. In diesem Zusammenhang sind bereits vor einigen Jahren von der Geschäftsführung künftige Investitionen in chinesische Zerlegebetriebe angekündigt worden (ISN 2012). Die ‚Tönnies-Gruppe‘ investiert nicht nur in Betriebsstätten zur Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung, sondern stellte bereits Ende 2014 ein neues Werk zur Herstellung von ‚Heparin‘ fertig und bemüht sich somit in der Pharmaindustrie. Darüber hinaus verfolgt der Konzern mit Nachdruck das Ziel, eine Schweinefleischproduktion in Russland und Serbien aufzubauen (ISN 2015b; STETTER et al. 2019: 171 ff.; vgl. TÖNNIES o.J.).

Die Dominanz von Tönnies liegt neben einem hohen Marktanteil und einer außergewöhnlich guten Betriebsstättenstruktur (hohe Skaleneffekte in sehr großen Werken) vor allem in der weit fortgeschrittenen vertikalen Integration (WBA 2015: 40). Seit dem Jahr 2015 wird mit der (Neu-)Gründung eines eigenen Viehhandels, namentlich der ‚Tönnies Livestock GmbH‘, beabsichtigt, eine bessere Vernetzung der gesamten Produktionskette zu gewährleisten, um *„(...) die Anforderungen an kettenübergreifende Systeme zur Verbesserung der Lebensmittelsicherheit weiter zu forcieren“* (DFV 2015). Ein weiterer Grund liegt wahrscheinlich in der Rohstoffsicherung der unterschiedlichen Schlacht- und Produktionsstätten begründet, da davon ausgegangen wird, dass die Produktion von Mastschweinen in den nächsten Jahren erheblich sinkt (vgl. Kapitel 6.1.2).

*„Dem LEH sind heute mehr Informationen über das entsprechende Produkt wichtig. Die unterschiedlichen Qualitätsparameter von Schweinefleisch haben sich gewandelt. Früher ging es primär um die Ausprägung von Schinken, Magerfleischanteilen, entsprechendes Gewicht und so weiter. Heute geht es vielmehr um diejenige Qualität, die sich aus den Anforderungen der außermärklichen Akteure und der Gesellschaft ergibt und – gesteuert über den Lebensmitteleinzelhandel – an die Produktion gestellt werden. Zu wissen, so und so viele Medikamente und Antibiotika wurden eingesetzt. Zu wissen, welche Herkunft und welches Futter verabreicht wurde. Auch geht es um die Dauer der Transportzeiten vom Landwirt bis zum Schlachthof. Regionalität spielt eine Rolle. Das ist das, was die Veränderung in der Qualitätswahrnehmung ausmacht und erhebliche Konsequenzen für die gesamte Produktion in der tierischen Veredelung hat“ (Interview SZV 5).*

Tönnies versucht, durch die Vorwärtsintegration seinen Einfluss auf die Infrastruktur der Produktion (z.B. Herkunft, Genetik, Haltungssysteme) zu erhöhen und verspricht sich dadurch eine verbesserte Kontrolle des Rohstoffbezugs. Dies ist deswegen von größter Wichtigkeit, weil der LEH, die Gesellschaft, wesentliche Exportmärkte und die Gesetzgebung (vgl. Kapitel 5.3) eine bestenfalls lückenlose Transparenz und Rückverfolgbarkeit (inklusive einer schnellen Verfügbarkeit der Daten in Krisenzeiten, z.B. Dioxinkrise) über alle Produktionsstufen hinweg verlangen. Gerade innerhalb des deutschen Binnenmarktes rücken in diesem Zusammenhang vor allem Themen der Nachhaltigkeit (z.B. Tierwohl) in den Fokus. Im Vorfeld der ‚Livestock-Initiierung‘ wurde der Rohstoffbezug (Einkauf von Mastschweinen) vornehmlich über den freien Viehhandel abgewickelt. Diese Vorgehensweise erlaubt es, die obig beschriebenen, nachhaltigkeitsorientierten Anforderungen nur unter größtem dokumentarischem Aufwand zu bewerkstelligen und ist schwer zu kontrollieren (vgl. TOPAGRAR 2016c; vgl. Interviews BE 6, BE 8, IA 2, LEH 1, LEH 2, SZV 1, SZV 5).

*„Der LEH fragt seit etwa zwei Jahren ganz gezielt nach, welche Rolle spielst du als mein Lieferant in der Wertschöpfungskette Frischfleisch. Dabei wird sehr genau gefragt, hast du da Kontakte, hast du Einfluss, kannst du helfen, mögliche Problemfälle durch Eingriff zu orten. Somit wird klar, dass die Wertschöpfungsketten eine Kontrolle der Vorstufe fordern. Dieser Anspruch wächst im Moment deutlich. Es geht um die Rolle von Tierwohl, gentechnikfreien Futtermitteln, Salmonellen-Prophylaxe und Campylobacter. Und da sind wir bei den nächsten Themen, die wiederum dann Wertschöpfungsketten sicher machen. Also die Interessensituation des Handels, die*



*Wertschöpfungskette im Sinne von Krisen prophylaktisch zu durchleuchten, ist die erste Antriebsstelle. Und die zweite ist natürlich dann Rückwärtsintegration. Eines Tages Kostensysteme auch zu verfolgen und zu sehen, wo sind die Schnittstellen in dieser Wertschöpfungskette hinreichend effizient besetzt“* (Interview SZV 5).

Das Eindringen von Tönnies-Livestock sorgt für eine weitere Intensivierung des ohnehin schon stark umworbene Viehhandelsmarktes (vgl. Kapitel 6.1.3). Dennoch zollen einige Interviewpartner den originären Viehhandelsunternehmen auch weiterhin eine große Wichtigkeit, da sie hervorragend vernetzt sind und eine oftmals vertrauensvolle, intime Beziehung zur landwirtschaftlichen Primärproduktion beschrieben wird (vgl. Interviews BE 8, SZV 3, SZV 5). Das Misstrauen gegenüber Tönnies im Rahmen der Vorwärtsintegration erscheint erheblich. So ist anzunehmen, dass nicht wenige Landwirte ein Marktdiktat befürchten, welches – wie beispielsweise nach dem dänischen Vorbild – in erheblichen Einschränkungen der unternehmerischen Freiheit in Verbindung mit schlechten Marktpreisen mündet (vgl. Interviews PE 2, VH 1).

Das Besetzen neuer Marktsegmente in Form einer Vorwärtsintegration ist obligatorisch mit einem hohen Kostenaufwand verbunden (Marktverdrängung). Allerdings erfolgt die Implementierung von Tönnies-Livestock zu einem strategisch günstigen Zeitpunkt, da seit längerer Zeit moderate Auszahlungspreise an den Lebendviehmärkten die wirtschaftliche Ertragslage der grünen Seite negativ beeinflusst. Aus diesem Grund *„suchen finanziell angeschlagene Betriebe zunehmend nach einem Strohhalm“* (Interview PE 1) in Form finanzieller Anreize, so dass Marktbeobachter einen aggressiven Preiswettbewerb seitens Tönnies beschreiben. Neben einer bevorzugten Behandlung bei den kollaborierenden Lieferanten (z.B. bessere Auszahlungspreise, begünstigte Abwicklungsmodalitäten), liegt auch die Vermutung nach einer finanziellen Unterstützung (z.B. Finanzierung von Umlaufkapital) nahe (vgl. Interviews BE 1, VH 4, VH 5). Tönnies ist als einziger SZV-Akteur bei den beiden großen Discountern (Aldi und Lidl) und in wesentlichen Teilen des Vollsortiments gelistet. Aus dieser Position heraus ist das Unternehmen in der Lage, besondere Entwicklungen schnellstmöglich zu erkennen und sich ändernden Marktanforderungen anzupassen. Darüber hinaus ist bereits im Vorfeld der Vorwärtsintegration durch den Aufbau der gesamten Unternehmensgruppe eine geeignete Infrastruktur aufgebaut worden, die eine über wesentliche Stufen der Wertschöpfung hinausragende Markttransparenz ermöglicht. Die Tendenz in Richtung vertikaler Integration ist in den letzten Jahren von quasi allen ‚Top 4‘ – Unternehmen der SZV-Stufe forciert worden. Während sich das genossenschaftliche (und dadurch ohnehin schon vertikal operierende) Unternehmen Westfleisch schon seit Jahren im Viehhandelsbereich tummelt und auch die

Vion-Gruppe mit einer eigenen Einheit im Viehhandel agiert (Zucht- und Nutztvieh, VION-Farming), kursieren in hartnäckiger Weise Gerüchte darüber, dass auch Danish Crown über einen großen Viehhändler ein eigenes Nutztviehgeschehen aufbauen möchte (vgl. Interviews BE 3, BE 10, SZV 5).

Die stellvertretend für die Gruppe der ‚Top 4‘ – SZV – Unternehmen am Beispiel von Tönnies aufgezeigten Tendenzen der (Vorwärts-)Integration entspringen – wie obig beschrieben – den vehementen Forderungen nachgelagerter und außerwirtschaftlicher Akteure. Die der vorliegenden Arbeit zugrunde liegenden Experteninterviews geben Auskunft darüber, dass die Ansprüche nach lückenloser Transparenz und Rückverfolgbarkeit insbesondere seitens des LEH formuliert werden. So wird ein Einflussvermögen des LEH deutlich, welches imstande ist, wesentliche Teile der vorgelegerten SZV-Stufe hinsichtlich Marktpositionierung und –strategie zu prägen. Auch wird in diesem Kontext die Vermutung geäußert, dass ohne den Druck des LEH die aufgezeigten Integrationstendenzen nicht umgesetzt würden (vgl. Interviews BE 6, BE 9, SZV 5). An diesem Beispiel wird das in der psychologischen Perspektive beschriebene Phänomen der ‚Machtausübung‘ verdeutlicht (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 12 f.). Demnach ist zu vermuten, dass der LEH zunächst nicht die Ambition hat, die Position der SZV-Stufe innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette zu stärken. Vielmehr besteht das Ziel wahrscheinlich darin, die eigene Position gegenüber der Konsumstufe zu verbessern (verminderte Anfälligkeit im Kontext von Lebensmittelskandalen) und den gesellschaftlichen Anforderungen zu entsprechen. Dennoch ergibt sich für die großen, integrationswilligen SZV-Unternehmen (‚Top 4‘) gegenüber der mittelständischen Konkurrenz ein erheblicher Wettbewerbsvorteil in Form eines (zumindest momentanen) Wissensvorsprungs (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 16 – ‚Macht durch Information‘).

### **6.2.3 Exportaktivitäten und politische Abhängigkeiten**

Im Zuge der in Kapitel 5 beschriebenen Strukturen und Interaktionsmuster aller Akteure im Produktionsnetzwerk Schwein wird deutlich, dass die Betriebe der SZV-Stufe aufgrund eines übersättigten Binnenmarktes zunehmend verpflichtet sind, einen (nicht unwesentlichen) Teil der produzierten Fleischwaren auf den internationalen Märkten abzusetzen (vgl. Kapitel 5.1.3, S. 102).

Allein im Jahr 2018 wurden etwa 70 Prozent der gesamten Exportkapazitäten im EU-Binnenmarkt abgesetzt (-5,7 %), 20 % in Drittländer (+0,7 %). Italien ist, besonders wegen der ausgedehnten Spezialitätenproduktion (z.B. Schinken), der wichtigste Absatzmarkt für deutsches Schweinefleisch und es werden vor allem fleischreiche Schweinehälften angefordert. Danach folgen Polen und die Niederlande als wichtigs-

te Absatzgebiete (STETTER & SÖLTL 2019: 195). Von zunehmender Bedeutung ist mit steigenden Produktionsmengen die Ausfuhr in Drittlandstaaten, wobei ohne Außenschutz der EU zu Weltmarktpreisen angeboten werden muss. Während die absoluten Handelsvolumina im Bereich Schweinefleisch noch deutlich hinter den innereuropäischen Austauschaktivitäten liegen, sind die in den letzten Jahren zu verzeichnenden Wachstumsraten im Drittlandexport – und das insbesondere im ostasiatischen Raum – beachtlich. China (mit Hongkong<sup>67</sup>), Südkorea, die Philippinen und Japan, welche in der jüngeren Vergangenheit deutlich größere Mengen nachfragen, sind die wichtigsten Drittlandsmärkte. Immer wieder kommt es zu veterinärrechtlichen Beanstandungen und Handelsbeschränkungen, so dass beispielsweise von Seiten Russlands – bis dato einer der wichtigsten Handelspartner im Export – zu Beginn des Jahres 2014 eine Importblockade für sämtliche Schweinefleisch-Einfuhren aus der Europäischen Gemeinschaft verhängt wurde<sup>68</sup>. Bis zu diesem Importverbot war die EU – und insbesondere Deutschland – der wichtigste Importeur von Schweinefleisch nach Russland, so dass in logischer Konsequenz bereits im ersten Jahr nach Inkrafttreten der Restriktionen radikale Absatzeinbußen zu verzeichnen waren (2015: -95 %). Kompensiert wird dieser Verlust vornehmlich durch den asiatischen Markt. So hat sich alleine die von China importierte Menge an Schweinefleisch in den letzten fünf Jahren verdreifacht. Das Drittlandgeschäft ist für die Schlacht- und Verarbeitungsbranche besonders deshalb von so großer Bedeutung, weil es dazu beiträgt, das einzelne Schwein nahezu vollständig zu vermarkten. Denn auf dem EU-Binnenmarkt kaum zu platzierende Artikel, wie genießbare Schlachtnebenerzeugnisse (z.B. Ohren, Pfoten, Köpfe, Schwänze, Innereien), werden in Asien und insbesondere in China in erheblichem Maße nachgefragt. Auf diese Weise sind Zusatzerlöse zu erzielen, die ohne den Drittlandexport nicht generierbar wären (EFKEN et al. 2015: 24 f.; KLEIN 2015: 122 f.; STETTER & SÖLTL 2019: 195; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 191 f.).

*„Bei unserem Schlachtkonzern gehen mittlerweile 52 Prozent in den Export, obwohl unsere Unternehmensstrategie eine regionale Ausrichtung vorsieht. Wir sind aber dazu verpflichtet, alles zu vermarkten und hier in Deutschland werden wir nur die Edelteile los. Wir haben ein regionales Markenprogramm etabliert. Dieses wird in China*

---

<sup>67</sup> Hongkong fungiert seit Ende 2009 als Sonderverwaltungszone im chinesischen Staat. Vor diesem Hintergrund agiert es als Transitland für den Handel mit Staaten, mit denen China in keinerlei Handelsvereinbarungen steht (WESTPHAL & SÖLTL 2015: 176).

<sup>68</sup> Begründet wurde diese Restriktion mit dem Ausbruch der ‚Afrikanischen Schweinepest‘ (ASP) in Polen und Litauen. Ein paar Monate später wurde das Importverbot aus politischen Gründen auch auf die USA und Kanada ausgeweitet (WESTPHAL & SÖLTL 2015: 176).

*besser bezahlt als in Deutschland, die Chinesen fahren da voll drauf ab“ (Interview SZV 2).*

Das Preisniveau für die Teilstücke liegt im chinesischen Markt weit über dem der EU, allerdings sind die Preise stark volatil. Deutsche Exporteure genießen in China einen sehr guten Ruf, da insbesondere bei Schweinefleisch und Verarbeitungserzeugnissen das Verbrauchervertrauen in heimische Produkte mehrfach durch Skandale erschüttert worden ist. Allerdings unterliegt der internationale Handel mit Schweinefleisch klaren Reglementierungen. Auch gilt es für die Exporteure, den besonderen Anforderungen und Rahmenbedingungen des jeweiligen Einfuhrlandes gerecht zu werden. Diese Umstände führen dazu, dass insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen der SZV-Stufe kaum in der Lage sind, alle formalen und rechtlichen Hürden für Agrarexporte allein zu bewältigen. Aus diesem Grund fördert die deutsche Regierung seit einigen Jahren den Drittlandhandel mit Schweinefleisch mittels spezieller Exportförderprogramme. Derzeit sind vier deutsche Schlachtbetriebe nach entsprechenden Inspektionen für direkte Lieferungen (ohne den ‚Umweg‘ über Hongkong) ins Reich der Mitte auditiert (HORTMANN-SCHOLTEN 2016: 60 f.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 176).

*„Schlachthöfe, die noch direkt ins Mainland Chinas liefern können, haben gegenüber allen anderen einen Vorteil von vier bis fünf Euro pro Schwein. Die sitzen das doch aus im Moment und es ist eine Frage der Zeit, bis die Exportbedingungen zum stärksten Katalysator für den Strukturwandel werden“ (Interviews SZV 3).*

Es sei an dieser Stelle auf die Einschätzung eines Interviewpartners verwiesen, nach der die politischen Rahmenbedingungen und bürokratischen Hürden im Zielland der Exportaktivitäten immer auch mit den aktuellen Begleitumständen der dortigen Produktion verknüpft sind. So hat beispielsweise in China die Viruskrankheit *Porcine Epidemic Diarrhoea* (PED) einen deutlichen Produktionsrückgang verursacht (vgl. Interview BE 6). Aus diesem Grund ist die chinesische Regierung in den vergangenen Jahren darin bestrebt, das entstandene Delta zwischen (unzureichender) inländischer Fleischwarenproduktion und gleichzeitig ansteigender Nachfrage durch Importe auszugleichen. Allerdings ist nach Meinung zahlreicher Branchenexperten das Importverhalten unterschiedlicher Staaten immer von erheblichen Schwankungen gekennzeichnet. (Nutz-)Tierepidemien, volatile Preise für Futter und Fleisch (hat Auswirkungen auf Exportmargen) sowie sich verändernde politische Rahmenbedingungen verunsichern nicht nur die exportierenden Unternehmen, sondern haben Einfluss auf die

gesamte Schweinefleischbranche. Es ist davon auszugehen, dass auch in China (und in anderen Teilen Asiens) die mittelfristigen Absatz- und Marktperspektiven ungewiss sind. So verfolgt die chinesische Regierung beispielsweise durch Investitionsbeihilfen zur Stärkung der Inlandsproduktion das Ziel, die Selbstversorgung mit Schweinefleisch zu sichern. Dementsprechend sind in der jüngeren Vergangenheit Beschlüsse zur Modernisierung der Landwirtschaft auf den Weg gebracht worden, die vor allem auch Integrationssysteme beinhalten. Vor diesem Hintergrund ist die Gefahr unvorhersehbarer Importverbote – wie am Beispiel des Russland-Embargos in eindrucksvoller Weise belegt – nicht auszuschließen. Auf der anderen Seite ist gegenwärtig eine zunehmende ‚Verwestlichung‘ der asiatischen Verzehrsgewohnheiten erkennbar, was bedeutet, dass mit steigender Kaufkraft zunehmend auch edlere Teilstücke (z.B. magere Bäuche, Schultern und Lachse) nachgefragt werden. Auch Aspekte der Lebensmittelsicherheit verändern die Nachfrage ausländischer Fleischwaren – vor allem *Made in Germany*, so dass die chinesische Regierung an einer Stärkung inländischer Supermärkte interessiert ist, um informelle Wochen- und Straßenmärkte ohne Qualitätsstandards und Kühlung zurückzudrängen (HORTMANN-SCHOLTEN 2016: 60 f.; vgl. Interviews BE 11, BE 12, LEH 2, SZV 3, SZV 4).

Die bisherigen Erläuterungen in diesem Teilkapitel verdeutlichen, dass die gegenwärtige Entwicklung im internationalen Exportgeschäft mit Schweinefleischerzeugnissen im Allgemeinen als stichhaltiges Beispiel für den machtvollen politischen Einfluss gesehen werden kann. Denn, wie im Kontext der staatlichen Interventionsmaßnahmen in Russland (Handelsembargo) verdeutlicht, sind die Exportaktivitäten der Fleischindustrie aufgrund (oftmals) innenpolitischer Interessen in den Zielländern unvorhersehbaren und nicht beeinflussbaren Risiken ausgesetzt<sup>69</sup>. Aufgrund derartiger Veränderungen in der globalen Marktconstitution und damit einhergehender Rückwirkungseffekte ergibt sich die Verpflichtung, alternative Absatzwege zu finden. Die Kompensation durch den asiatischen Markt ermöglicht die Chance, durch den Export von genießbaren Schlachtnebenprodukten lukrative Mehrerlöse zu generieren. Allerdings berichten nicht wenige Interviewpartner davon, dass die im asiatischen Markt üblichen Anforderungen für importierte Fleischwaren hohen Qualitätsstandards unterliegen und diese in Form zahlreicher, unterschiedlicher Audits in den exportierenden Betrieben (der SZV-Stufe) kontrolliert werden (vgl. Interviews BE 2, BE 9, SZV 1, SZV 4, SZV 5). Denn der asiatische Markt ist sich seiner quasi konkurrenzlosen Stellung

---

<sup>69</sup> Der Ausbruch der ASP in Deutschland im September 2020 ist ein weiteres Beispiel für unvorhersehbare exogene Risiken, da infolge erhobener Interventionsmaßnahmen in zahlreichen asiatischen Zielländern die Exportaktivitäten drastisch reduziert wurden (SPIEGEL ONLINE 2020a).

als margenreichstes Zielland für Schlachtnebenprodukte durchaus bewusst. Aufgrund dieser fehlenden Konkurrenz und der daraus resultierenden Marktmacht (vgl. Kapitel 2.1.5, S. 26 f.) sehen sich die exportwilligen Betriebe der deutschen SZV-Stufe aus ökonomischen Gründen darin verpflichtet, die Forderungen der Zielländer zu erfüllen.

Alles in allem bleibt festzuhalten, dass der Einfluss politischer Entscheidungen im Ausland erhebliche Rückwirkungen auf das gesamte Produktionsnetzwerk hat – ein erneuter Beleg für die Multiskalarität.

#### **6.2.4 Verhandlungsmacht, Austauschbarkeit sowie Preis- und Spezifikationspolitik**

Innerhalb der SZV-Stufe ist vor allem bei den großen Playern, aber auch in weiten Teilen des Mittelstands eine Verschmelzung der Produktionsabläufe feststellbar. Dies bedeutet, dass die Prozesse Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung (bis hin zur Konfektionierung zu SB-Fleisch) oftmals in einem Unternehmen oder einer Unternehmensgruppe integriert sind (vgl. Kapitel 5.1.3, S. 101.). Neben einer Erhöhung der Rentabilität geht diese Entwicklung vor allen Dingen mit einer verbesserten (Verhandlungs-)Position gegenüber den Kunden aus den nachgelagerten Produktionsstufen einher. Denn in früheren Zeiten, als das klassische ‚(Schweine-)Hälftengeschäft‘ noch von Zerlegung und (Weiter-) Verarbeitung getrennt war, galt eine Geschäftsanbahnung mit größeren, teilweise überregionalen Kunden des Lebensmittelhandels als wesentlich aufwendiger. Nichtsdestotrotz ist – wie schon KLEIN (2015) zeigen konnte – durch die im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Experteninterviews festzustellen, dass die Zusammenarbeit zwischen der SZV-Stufe und den unterschiedlichen Vertretern des wesentlich stärker konzentrierten LEH ein hohes Konfliktpotential aufweist, welches vornehmlich mit asymmetrischen Machtkonstellationen zu begründen ist (vgl. Interviews BE 2, BE 7, SZV 1).

Die Geschäftsanbahnung erfolgt mehr oder weniger nach einem festen Muster, welches in der Regel vom Kunden bestimmt wird: Erstkontakt – Vorstellung des Unternehmens samt Portfolio – Audit – Probelieferung – Liefervertrag (vgl. Interviews SZV 2, SZV 5). Zu beobachten ist, dass zwischen den SZV-Unternehmen und denen des LEH unterschiedliche (Geschäfts-)Strategien Anwendung finden. Während die Fleischproduzenten auf eine starke personelle Kontinuität im Verkauf setzen (gleiches gilt im Übrigen auch für den Lebendvieheinkauf), sehen es die LEH-Akteure in der Regel vor, die unterschiedlichen Positionen im Einkauf in einer rotationsartigen Weise immer mal wieder zu wechseln, wie das nachfolgende Zitat belegt:

*„Die werden da munter hin und her gemischt, aus einem ganz einfachen Grund: Man will verhindern, dass irgendjemand in den Ruf kommt, irgendwelche Vetternwirtschaften mit den Lieferanten zu pflegen. Ich persönlich bezeichne dies als Vorkehrung für sterile, unpersönliche Geschäftsbeziehungen“ (Interview BE 6).*

Die Verhandlungsposition zwischen der SZV-Stufe und dem LEH hängt zweifelsohne mit dem bereits angesprochenen, immer wieder auftretenden Überangebot aus der Primärproduktion zusammen (vgl. Kapitel 6.1.2, S. 127). Aus diesem Grund führen oftmals übersättigte Marktphasen (Warenüberangebot) zu einer vermeintlich schlechteren Ausgangslage der Fleischproduzenten – trotz verstärkter Exportbemühungen. Die im Zuge der vorliegenden Arbeit befragten Marktexperten vermuten, dass dem LEH in etwa 40 Wochen des Jahres mehr Menge an Fleisch und Fleischwaren angeboten wird, als überhaupt benötigt. Darüber hinaus sind die Frischfleischproduzenten aufgrund der geringen Haltbarkeit ihrer Produkte dazu gezwungen, einen schnellstmöglichen Absatz zu gewährleisten, da eine Haltbarmachung (z.B. durch Gefrieren) mit erheblichen Kosten und vor allem Qualitätseinbußen verbunden ist. Etwas differenzierter ist die Lage bei verarbeiteten Fleischprodukten (z.B. Schinken oder Wurstwaren) zu sehen, da sich neben der verbesserten Haltbarkeit (mitunter durch die Zugabe konservierender Stoffe) vor allem Lagerung und Verbringung der Waren unproblematischer gestalten lassen (vgl. Interviews BE 1, SZV 3).

*„Sobald ein Schwein geschlachtet ist, läuft die Uhr gegen den Fleischvermarkter, da es sich um ein hochverderbliches Erzeugnis handelt – zumindest im Frischfleischbereich. Hängt es länger als 48 Stunden im Kühlhaus des Schlachthofes, ist es nur noch mit massiven Preisabzügen vermarktbar. Dadurch ist die rote Seite – und im übertragenen Sinne auch die grüne – vom LEH erpressbar. Verarbeitete Waren hingegen haben eine längere Halbwertszeit“ (Interview BE 1).*

Dieses Zitat impliziert das Vorhandensein von Marktmacht im Sinne einer unausgeglichene Verhandlungsposition zwischen den Herstellern von Fleischwaren (SZV-Stufe) und den Handelsunternehmen aus dem LEH. Wesentliche Inhalte einer derartigen Beziehungskonstellation wurden bereits in der theoretischen Fundierung zur wirtschaftswissenschaftlichen Perspektive diskutiert und sind zugleich bedeutender Bestandteil der ökonomischen Literatur (vgl. Kapitel 2.1.5, S. 26 ff.). Die im Kontext der vorliegenden Arbeit gewonnenen Erkenntnisse aus den Experteninterviews lassen eine Verknüpfung der theoretischen Faktoren mit dem in praxi vorzufindenden Beziehungskonstrukt zu. Dabei werden immer wieder Verhandlungssituationen be-

schrieben, in denen der marktmächtigere LEH-Akteur gegenüber seinen Lieferanten wissentlich eine Drohkulisse aufbaut, um den Verhandlungspartner einzuschüchtern und bei ihm die Angst vor dem Scheitern der Verhandlung zu erhöhen. Denn mit Blick auf die Markteigenschaften und Wettbewerbsbedingungen in diesem Bereich der Wertschöpfungskette wird deutlich, dass die Absatzoptionen der SZV-Stufe stark limitiert sind und dementsprechend wenige Ausweichmöglichkeiten bereitstehen (vgl. BKartA 2014: 22, ergänzend WEY 2011; vgl. Interviews BE 7, BE 10, SZV 1, SZV 4, LEH 1).

Zudem verweisen einige Interviewpartner auf unlautere Vorgehensweisen seitens des LEH, nach denen es immer wieder zu fadenscheinigen und oftmals nicht nachvollziehbaren Reklamationsandrohungen kommt. Ziel ist es dabei vermutlich, den Druck auf die Lieferanten zu erhöhen, was in praxi als probates Mittel zur Durchsetzung von Preisnachlässen erachtet wird (vgl. Interviews BE 4, IA 2, SZV 1, SZV 4).

*„In dieser Situation bleibt uns doch eigentlich nichts anderes übrig, als einen Preisnachlass zu gewähren, da Rückholaktionen wesentlich kostenintensiver sind. Wo sollen wir denn auch mit den reklamierten Fleischmengen hin? Da befinden wir uns in einer absoluten Machtlosigkeit“* (Interview SZV 1).

Hinzu kommt die große Bedeutung von Fleischimporten (> 1 Mio. Tonnen), die auf den deutschen Markt drängen und trotz Herkunftskennzeichnung (vgl. Kapitel 5.3, S. 113) sowie regionaler Fleischprogramme (z.B. ‚5xD‘) seine Abnehmer finden und mit der einheimischen Produktion konkurrieren. Damit wird deutlich, dass trotz zahlreicher Anforderungen und Interessensbekundungen seitens des LEH und der Gesellschaft (z.B. Regionalität, Tierwohl) letztlich das Preisniveau im Handel mit Fleischwaren als das entscheidende Kriterium gilt und weniger die Produktionsumstände. Insbesondere in angebotsschwachen Marktphasen scheint die Rohstoffsicherung im Vordergrund zu stehen, um der Nachfrage der Konsumenten entsprechen zu können (vgl. Interview BE 6).

Die befragten Experten konstatieren eine enorme Intransparenz und Heterogenität im Kontraktwesen zwischen der SZV-Stufe und dem LEH. Dementsprechend ist zu differenzieren zwischen Einjahres-, Halbjahres-, Vierteljahres-, Monats-, Wochen- oder gar Tages-Kontrakten. Im Bereich Frischfleisch ist die Kontraktdauer in der Regel gering, da Preise oftmals jeden Tag neu verhandelt werden (vgl. Interviews BE 1, BE 4, LEH 1, SZV 2). Durch diese vermeintliche Diskontinuität in der Kunden-Lieferanten-Beziehung verspricht der LEH sich eine höhere Flexibilität, während die Lieferanten-seite einem permanent hohen Druck und dem Risiko ausgesetzt ist, durch einen an-



deren Anbieter ausgetauscht zu werden. Denn der Fleischindustrie ist es bisher kaum gelungen, Preisdifferenzierungen und starke Marken (bis auf wenige Ausnahmen im Wurstbereich, z.B. ‚Rügenwalder‘) zu etablieren, so dass Fleisch und Fleischwaren sich in einem überwiegenden Massenmarkt bewegen und untereinander substituierbar sind. Besonders im Frischfleischbereich herrscht eine nahezu vollständige Austauschbarkeit zwischen den Lieferanten (vgl. Interviews BE 6, BE 9, LEH 3, SZV 4).

*„Ob die Vion aus Emstek Kotelett liefert, Danish Crown aus Essen oder die Westfleisch aus Hamm. Kotelett sind Kotelett, da hängt nichts Weiteres dran. Und deshalb geht es also nur noch über den Preis. Das heißt, wenn der eine einen halben Cent billiger anbietet oder eine Differenz da ist, wird eben da gekauft, wo es am billigsten ist. Der LEH hat einfach aufgrund der Austauschbarkeit von Lieferanten eine ganz andere Macht. Für viele Fleischunternehmen zählt einzig und allein, die Kostenführerschaft zu erlangen“ (Interview SZV 4).*

Dieses Zitat verdeutlicht, dass unter allen Akteuren der SZV-Stufe ein preisintensiver Wettbewerb um die Listung der eigenen Produkte bei den dominierenden Vertretern des LEH herrscht, um bestmögliche Planungssicherheit im Absatz zu erreichen. Aus dieser Entwicklung heraus ist der LEH in der Lage, sich seine Lieferanten quasi auszusuchen und die eigenen preislichen Vorstellungen durchzusetzen. Allerdings ist gemäß einiger Expertenmeinungen zwischen den unterschiedlichen Betriebsformen (vgl. Kapitel 5.1.4, S. 103 f.) zu differenzieren, wobei den Vollsortimentern die größte Preisaggressivität unterstellt wird. Aus diesem Grund wird dem LEH zum Teil eine Ausbeutungsstrategie gegenüber der Produzentenseite vorgeworfen (vgl. Interviews BE 8, BE 10, SZV 5; ANDERS & WEBER 2005: 303 ff.; AUFHAUSER & REINER 2010: 246 ff.; ROEB 2014: 8 ff.; SPILLER et al. 2005: 134 f.; vgl. Kapitel 2.1.5, S. 26 ff. – ‚Machtmissbrauch‘). Auch berichten einige Interviewpartner darüber, dass seitens des LEH (oftmals) wenig Verständnis über die Zusammenhänge in der (Schweine-)Fleischproduktion herrscht. Beispielhaft hierfür sind Preisgespräche, in denen die Einkäufer der LEH-Fraktion lediglich daran interessiert sind, die Preise zu drücken, ohne in der Lage zu sein, bestimmte (marktwirtschaftliche und gesellschaftspolitische) Entwicklungen der vorgelagerten Wertschöpfungsstufen nachvollziehen zu können (vgl. Interviews BE 4, SZV 2, SZV 5).

*„Die Fleischverkäufer aus dem Tagesgeschäft sind oftmals nicht erfreut über die Preisgespräche, die sie mit Vertretern des LEH führen müssen. Da sitzen Leute, die kommen aus der Betriebswirtschaft, aus der Ökonomie, aus dem Handel, waren noch*

*nie in einem Schweinestall und haben keinerlei landwirtschaftlichen Hintergrund, um die doch so wichtigen Zusammenhänge nachvollziehen zu können. Die kennen nur eins, sprich, die Preise zu drücken“ (Interview BE 4).*

Neben der preislichen Komponente im Kontext der Lieferbedingungen stellt der LEH in praxi auch erhebliche Anforderungen an wesentliche Inhalte der Produktion. Beispielhaft hierfür sind Haltungsbedingungen im Bereich Lebewild (Tierwohl) oder ethisch-fundierte Maßgaben innerhalb der Fleischindustrie (z.B. Werkverträge, gesetzeskonforme Einhaltung der Sozialvorgaben). Auch Vorgaben hinsichtlich Verpackung, Zusammensetzung der Waren und Einhaltung von Hygienestandards sind Bestandteil dezidierter Spezifikationen durch den LEH. Lieferanten, die den gesetzten Vorgaben und Standards nicht entsprechen, laufen Gefahr, kurzfristig ausgelistet und durch andere ersetzt zu werden (vgl. Interviews BE 5, BE 12, LEH 1, SZV 1). Es wird eine erhebliche und unmissverständliche Marktmacht zugunsten des LEH deutlich, welche etabliert und dauerhaft zu sein scheint. In Anbetracht dessen kommt das Miteinander zwischen den Akteuren der SZV-Stufe und dem LEH einer hierarchischen Beziehung gleich.

*„Aufgrund ihrer Marktmacht können Einzelhandelsketten eine überaus bedeutende Rolle bei der Definition von Qualitätsstandards und Umsetzung von Prozessinnovationen und der Realisierung erhöhter Tierschutzstandards spielen“ (WBA 2015: 55).*

Erfahrungen ausländischer Produktionen zeigen, dass der Einfluss des LEH auf die vorgelagerten Stufen eine erhebliche (Rück-)Wirkung auf die Produktionskonfiguration hat. So ist zum Beispiel in Großbritannien aufgrund immer höherer Anforderungen an die Nutztierhaltung mit dem Ziel, eine flächendeckende Strohhaltung zu etablieren, der Selbstversorgungsgrad (SVG) im Bereich Schweinefleisch auf unter 60 Prozent geschrumpft (WESTPHAL & SÖLTL 2015: 179). Im internationalen Kontext gibt es auch außerhalb der Fleischwirtschaft zahlreiche Studien, die auf den Einfluss großer Handelsketten auf die Ursprungsmärkte verweisen (vgl. z.B. COE & HESS 2005; COE & WRIGLEY 2007; DANNENBERG 2012; FRANZ 2010b; GEREFFI & CHRISTIAN 2010; GWYNNE 2008; KRONE & DANNENBERG 2013; LEE et al. 2010).

(Qualitäts-)Kontrollen in Form angemeldeter und auch unangemeldeter Audits sind über alle Produktionsstufen hinweg keine Seltenheit mehr, werden sogar intensiviert. In der Regel erfolgen derartige Überwachungsmethoden zur Einhaltung der Vorgaben durch den direkten Marktpartner. Zu etablieren scheint sich jedoch seit einiger Zeit

die Neuerung, dass eine Produktionsüberprüfung auch über unterschiedliche Wertschöpfungsstufen hinweg erfolgen kann. In diesem Kontext wird im Bereich der (Schweine-)Fleischwirtschaft immer wieder auch von Audits seitens des LEH berichtet, in denen die Produktionsbedingungen auf den vorgelagerten, grünen Erzeugerstufen (Landwirtschaft und Viehhandel) kontrolliert werden. Nach Einschätzung vieler Marktexperten ist kein anderer Akteur in einer vergleichbar marktmächtigen Position, solch weitreichende Forderungen stellen und durchsetzen zu können (vgl. Interviews BE 9, LEH 3, PE 2, SZV 1, VH 3, VH 5). Allerdings empfinden insbesondere Vertreter der SZV-Stufe die gesteigerten Kontrollen der Produktionsanforderungen als positive Effekte, weil dadurch wesentliche Maßnahmen zur Verbesserung der Herstellungsprozesse initiiert werden und erhöhte Standards zu einer kontinuierlichen Anhebung des Produktionsniveaus entlang der gesamten Wertschöpfung führen. Kritisiert wird jedoch, dass der LEH und die Konsumenten diese Veränderungen nicht mit entsprechend monetären Vorzügen vergüten (vgl. Interviews BE 1, SZV 1, SZV 3, SZV 4, VH 2).

Alle Interviewpartner aus dem LEH sehen sich selbst seit vielen Jahren als den zentralen Akteur im Kontext von Nachhaltigkeitsaspekten. Auch besteht Einigkeit darin, dass die geforderten Spezifikationen und Standards lediglich aus dem Grund zur Bedingung gemacht werden, um Themen der Nachhaltigkeit zu intensivieren und der Verantwortung gegenüber dem Verbraucher und der Urproduktion gerecht zu werden (vgl. Interviews LEH 1, LEH 2, LEH 3).

*„Der LEH ist der wesentliche Treiber im gesamten Netzwerk. Er ist in der Verantwortung, Nachhaltigkeit anzuheben, weil er entscheidet, was da im Regal steht“* (Interview LEH 1).

Auch berichten die befragten Vertreter des LEH in einvernehmlicher Weise, dass die in Form genau definierter Spezifikationen auferlegten Anforderungen immer als eine Reaktion von Kunden- und Verbraucherwünschen erfolgen. Zweifelsohne werden selbst geringfügige Veränderungen in den Kundenpräferenzen schnell und in sensibelster Weise wahrgenommen, insbesondere dann, wenn in der Öffentlichkeit Themen der (Schweine-)Fleischwirtschaft kritisch diskutiert werden<sup>70</sup>. Auf diese Weise unter Druck geraten, nutzt der LEH seine machtvolle Position am unmittelbaren *Point*

---

<sup>70</sup> Auf die Rolle und das Einflussvermögen der Konsumstufe wird in Kapitel 6.3.4 noch ausführlich eingegangen.

of Sale, um entsprechende Maßnahmen und Strategieranpassungen einzuleiten (vgl. Interviews BE 3, LEH 2, LEH 3; KLEIN 2015: 108).

Die getroffenen Aussagen stehen in einem widersprüchlichen Verhältnis zu denen anderer Interviewpartner. Demnach liegt das Ziel des LEH im Rahmen der Spezifikationspolitik ausschließlich darin, die marktbeherrschende Position am Ende der Wertschöpfungskette weiter auszubauen und die Dominanz in der Beziehung zu seinen Lieferanten (und anderen vorgelagerten Akteuren) zu festigen. Diese Annahme wird insbesondere dadurch bekräftigt, dass sich die unterschiedlichen Akteure des LEH – laut eigener Aussage – verbünden, sobald die Umsetzung geforderter Spezifikationen seitens der Lieferanten nicht erfolgt (vgl. Interviews BE 3, BE 8, BE 10, LEH 1, LEH 2). Wenn sich ein Lieferant in praxi weigert, etwas umzusetzen, wird dies innerhalb der LEH-Community kommuniziert. In der Folge wird dieser Betrieb umgehend *„als Lieferant gesperrt und in der Regel kommt es binnen weniger Tage zur Produktionsanpassung und Ausmerzung der Probleme, so dass der Betrieb wieder freigegeben wird“* (Interview LEH 2). Einige Vertreter des LEH erachten diese Allianz als probates Mittel, um Druck auszuüben. Denn in dieser Konstellation ist der entsprechende Zulieferer im schlimmsten Fall nicht mehr in der Lage, seine Produkte abzusetzen und gezwungen, die geforderten Anpassungen vorzunehmen. Während Preisabsprachen unzulässig sind und kartellrechtlich überwacht werden, nimmt diese Art der (legalen) Kollaboration zwischen den Lebensmittelhändlern einen bedeutenden Einfluss auf die Wettbewerbssituation der Fleischmärkte. In der Vergangenheit gibt es zahlreiche Beispiele, welche die machtvollen Stellung des LEH innerhalb der Produktion belegen. Eines der prominentesten entstammt zwar dem Geflügelsektor, beschreibt aber in beeindruckender Weise, dass bestimmte Entwicklungen ohne eine konsequente Umsetzung der strategischen Ausrichtung des LEH ausgeblieben wären (vgl. Interviews BE 7, BE 12, LEH 2, LEH 3, SPA 2).

*„Man hat das Gefühl, als ginge es dem LEH neben dem Wunsch, Geld zu verdienen einzig und allein darum, vor dem Verbraucher und den NGOs seine weiße Weste zu wahren. Denken Sie an die Geschichte mit der Käfighaltung. Wenn der LEH nicht hinterhergegangen wäre und hätte den Bezug von Eiern aus Käfighaltung strikt abgelehnt, wäre das so nicht gekommen. Ein vergleichbarer Zusammenhang ist die Forderung von Rewe, nach der ab dem Jahr 2019 Fleisch und Fleischwaren nur noch von Sauenschweinen [weibliche Tiere] oder von männlichen Tieren bezogen werden dürfen, deren Kastration unter Betäubung vollzogen wurde. Bei all diesen Beispielen sieht man, wie einflussreich und mächtig der LEH ist“* (Interview PE 2).

### 6.2.5 Interdependenzen im Handel mit Fleisch und Fleischwaren

Die Unterschiede zwischen Mittelstand und Großkonzernen der SZV-Stufe wurden bereits aufgezeigt (vgl. Kapitel 6.2.2). Mit Blick auf das Beziehungsgefüge und die Verhandlungsposition zwischen SZV- und LEH-Unternehmen wird deutlich, dass erneut bezüglich der Größenstrukturen zu differenzieren ist (vgl. Interviews BE 4, SZV 4).

Analog zum Einstieg der großen Discounter in den SB-Frischfleischmarkt im Jahr 2003 und den damit verbundenen, erheblichen Wachstumsraten in diesem Segment (vgl. Kapitel 5.1.4, S. 104), haben sich deutliche Rückkopplungseffekte für die vorgelegte Fleischindustrie ergeben. So sind die heutigen ‚Top 4‘ – Unternehmen der SZV-Stufe in der vergangenen Dekade gemeinsam mit der Ausweitung der Frischfleisch-Sparte der Discounter gewachsen (vgl. Interviews BE 3).

*„Ja, Aldi hat SB-Fleisch mehr oder weniger salonfähig gemacht. Nachdem Aldi eingestiegen ist, sind die Umsätze rasant in die Höhe gegangen. Und da brauchten die halt einen starken, verlässlichen Partner. Und da muss man dann mal sehen, das Wachstum Tönnies´ ist ja sehr stark über die Discounter erfolgt. Bis 2003 oder was hat der Tönnies kein Stück Fleisch verkauft, außer gefrorenem. Das weiß man heute gar nicht mehr. Und als Aldi mit Tönnies übereingekommen ist, zu sagen, wir gehen jetzt in´s SB-Frischfleischgeschäft, das war damals im ganz großen Stil“ (Interview SZV 4).*

Zwischen den großen Playern der SZV-Stufe und (inter-)national vertretenen Discountern und Vollsortimentern, welche für die Fleischindustrie als bedeutendste Handelspartner im Absatz gelten, sind aufgrund mengenmäßiger Liefer- und Abnahmepotentiale im Bereich Frischfleisch wechselseitige Abhängigkeiten festzustellen. Diese Interdependenzen lassen eine ausgeglichene Verhandlungssituation vermuten, denn in Geschäftsbeziehungen, die innerhalb derartiger, annähernd homogener Größenkonstellationen stattfinden, sind sowohl Lieferanten als auch Kunden nicht kurzfristig zu ersetzen (vgl. Interviews BE 4, BE 7, IA 1, LEH 2, SZV 3, SZV 5). Das Zustandekommen der beschriebenen Interdependenzen ist immer als Resultat der jeweiligen strategischen Ausrichtung der Geschäftspartner zu sehen. In den Geschäftsbeziehungen zwischen SZV und LEH sind in praxi unterschiedliche Strategien erkennbar: Neben einer quasi bedingungslosen Kontinuität im Zuge der gegenseitigen Lieferbeziehungsweise Abnahmeverpflichtungen sind auch solche Strategien erkennbar, die vornehmlich in Richtung diskontinuierlicherer Geschäftspraktiken abzielen. Bei dieser Ausprägung (Strategie des *dual sourcing*) besteht das vorrangige Ziel der ab-

nehmenden Hand darin, dass die Abhängigkeit zu einem Lieferanten nicht zu groß wird (vgl. Interviews BE 1, PE 2, SZV 2). Denn das Vorhandensein von Macht wird auf Abhängigkeitsbeziehungen durch fehlende Ausweichmöglichkeiten zurückgeführt (SPILLER et al. 2005: 155; vgl. Kapitel 2.1.5, S. 26 ff. – ‚Marktmacht‘). In diesem Zusammenhang wird deutlich, dass die Akteure des LEH aufgrund ihrer marktmächtigeren Position gegenüber den vorgelagerten Handelspartnern obligatorisch in der Situation sind, die eigenen Wettbewerbsstrategien durchzusetzen. Denn aufgrund der bereits im vorherigen Teilkapitel aufgezeigten Marktkonstitution herrscht unter den Lieferanten des LEH ein harter Wettbewerb um die Listung der eigenen Fleischwaren. Insbesondere Geschäftsbeziehungen im Bereich verarbeiteter Fleischwaren (z.B. Wurstproduktion) und (grobzerlegter) Fleischwaren für die Bedientheke sehen in der Regel zahlreiche Ausweichmöglichkeiten und eine größere Fluktuation in der Abnehmer-Lieferanten-Beziehung vor, um etwaige Abhängigkeiten auszuschließen. Außerdem wird vermutet, dass der LEH den Bezug der Fleischwaren gezielt auf mehrere Lieferanten verteilt. Denn dadurch ergeben sich unterschiedliche Ausweichmöglichkeiten, die im Zuge etwaiger Lebensmittelskandale (z.B. ‚Lasagne mit Pferdefleisch‘, vgl. TOPAGRAR 2013) als hilfreich erachtet werden und die unabhängige Handlungsfähigkeit sicherstellen (vgl. Interviews IA 4, LEH 3).

*„Also die großen Discounter und Supermärkte haben eine relative Abhängigkeit von ein paar Leuten aus der Wurstbranche, die die großen Mengen machen. Alleine Tönnies – und das wissen aufgrund zahlreicher unsichtbarer Unternehmensverflechtungen die wenigsten – ist an rund 70 Prozent aller deutschen Wurstfabrikationen direkt oder indirekt beteiligt. Die [Unternehmen aus dem LEH] versuchen, das so ein bisschen wieder auszugleichen, indem vermehrt auch Geschäfte mit inhabergeführten Mittelständlern angestoßen werden. Das führt dazu, dass eine bestimmte Breite, eine gewisse Palette an Lieferanten auch erhalten bleibt. Es müssen letztendlich auch mittelständische Unternehmen im Bereich Verarbeitung übrig bleiben, damit man überhaupt noch von einem Markt sprechen kann“ (Interview LEH 1).*

Ein weiteres Beispiel für die Interdependenzen in der Beziehung zwischen den großen Playern aus Fleischindustrie und Lebensmittelhandel beschreibt die unterschiedlichen, oftmals saisonalen Rabattaktionen im (Schweine-)Fleischbereich. So erfolgen in einem sich jährlich wiederholenden Turnus jahreszeitlich bedingte Rabattaktionen (z.B. Grillartikel im Sommer oder Kasselerbraten im Winter), in denen vom LEH außerordentlich große Mengen an bestimmten Artikeln geordert werden. Denn in der Regel kommt es dabei zu bedeutenden Absatzausweitungen. Erfolgt eine Niedrig-

preisaktion von überregional agierenden Einzelhandelsketten (z.B. Aldi, Lidl, Rewe, Edeka; vgl. Kapitel 5.1.4, S. 102 ff.), müssen Mengen aufgebracht werden, die der Mittelstand – sofern es nicht in Form von Verbundkäufen kompensiert werden kann – nicht zu liefern imstande ist, so dass in verpflichtender Weise auf die größten Lieferanten zurückgegriffen werden muss. Erfolgt hingegen eine Rabattierung der Fleischwaren durch Lebensmittelhändler, deren Verbreitung lediglich auf regionaler Maßstabsebene erfolgt ist (z.B. Bütting, Globus, Dohle, tegut), kann den nachgefragten Mengen durchaus auch von mittelständischen Unternehmen der Fleischindustrie entsprochen werden (vgl. Interviews BE 3, BE 4, IA 1, SZV 2). Es wird deutlich, dass in Abhängigkeit zur Abnehmer-Lieferanten-Beziehung die mittelständischen Unternehmen der SZV-Stufe (oftmals) kaum in der Lage sind, die seitens der wesentlich konzentrierteren LEH-Stufe geforderten Liefermengen aufzubringen – insbesondere in der Geschäftsbeziehung zu (inter-)national agierenden Abnehmern. Anhand dieses Beispiels wird das Vorhandensein von Marktmacht zugunsten der großen, industriellen Fleischproduzenten („Top-4“) offensichtlich, wie es die wirtschaftswissenschaftliche Perspektive postuliert (vgl. Kapitel 2.1.5, S. 26).

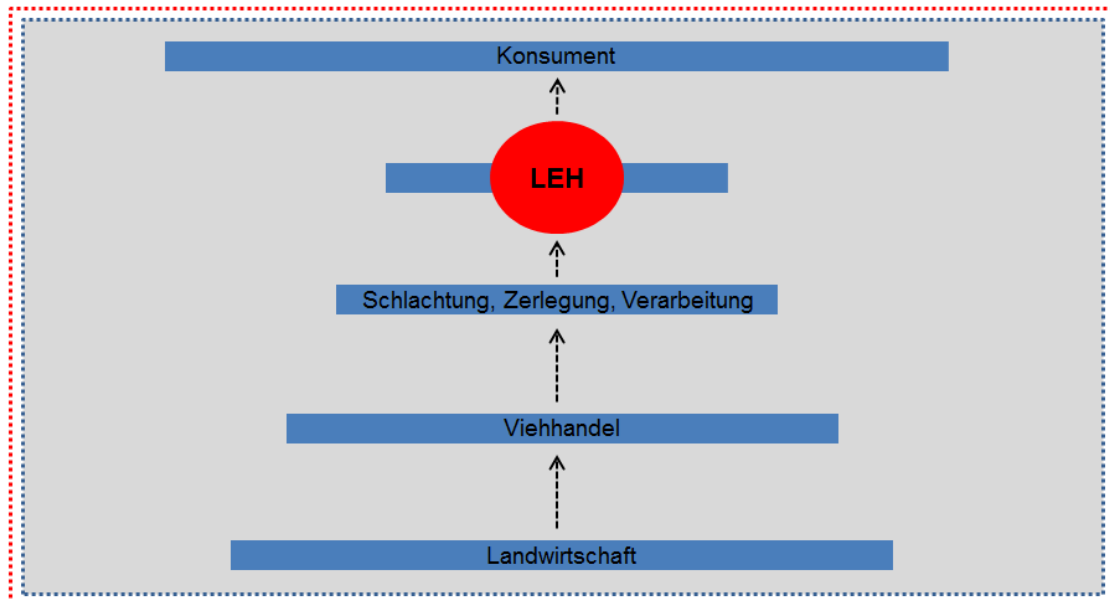
### **6.3 Die Macht der Handelsketten – Intermediäre zwischen Konsumgüterindustrie und Endverbrauch**

Nachdem zum Abschluss des vorherigen Kapitels die bedeutendsten Machtkonstellationen im Handel mit Fleisch und Fleischwaren zwischen SZV-Stufe und LEH umfassend diskutiert wurden (vgl. Kapitel 6.2.4 und 6.2.5), erfolgt im nachfolgenden Kapitel zunächst eine Darstellung der Wettbewerbsmechanismen im LEH. Im weiteren Verlauf wird das Beziehungsgefüge zwischen den Handelsketten und der Konsumstufe illustriert.

Aufgrund unterschiedlich stark ausgeprägter Konsolidierungs- und Konzentrationstendenzen innerhalb der einzelnen Wertschöpfungsstufen nimmt der LEH mit Blick auf die Gesamtkonstellation aller Hauptakteure eine Art ‚Flaschenhalsposition‘ (Engpass, *bottle neck*) ein. Diese ist derart ausgestaltet, dass die wenigen großen LEH-Akteure (vgl. Kapitel 5.1.4) sowohl in oligopolistischer Angebots- als auch oligopolistischer Nachfrageposition (Oligopson) einer großen Anzahl an Zulieferern und Abneh-

mern gegenüberstehen (DANNENBERG 2012: 106). Nachfolgende Abbildung 19 stellt dieses bilaterale Oligopol in grafischer Weise dar<sup>71</sup>.

Abbildung 19 - LEH als Flaschenhals im Zusammenspiel der Hauptakteure



Quelle: in Anlehnung an GRIEVINK (2003).

### 6.3.1 Bedeutung nationaler Handelsketten und die Rolle von Einkaufskooperationen

Die großen (national und international agierenden) Unternehmen der LEH-Stufe verfügen gegenüber kleinen und mittleren Wettbewerbern über eine weitaus stärker ausgeprägte Einkaufsmacht. Sie sind in der Lage, überregionale Abnahmegarantien bezüglich Menge zu gewährleisten und erhalten aus diesem Grund verbesserte Einkaufskonditionen bei ihren Zulieferern (vgl. Interviews BE 9, BE 11, LEH 2, LEH 3, SZV 3).

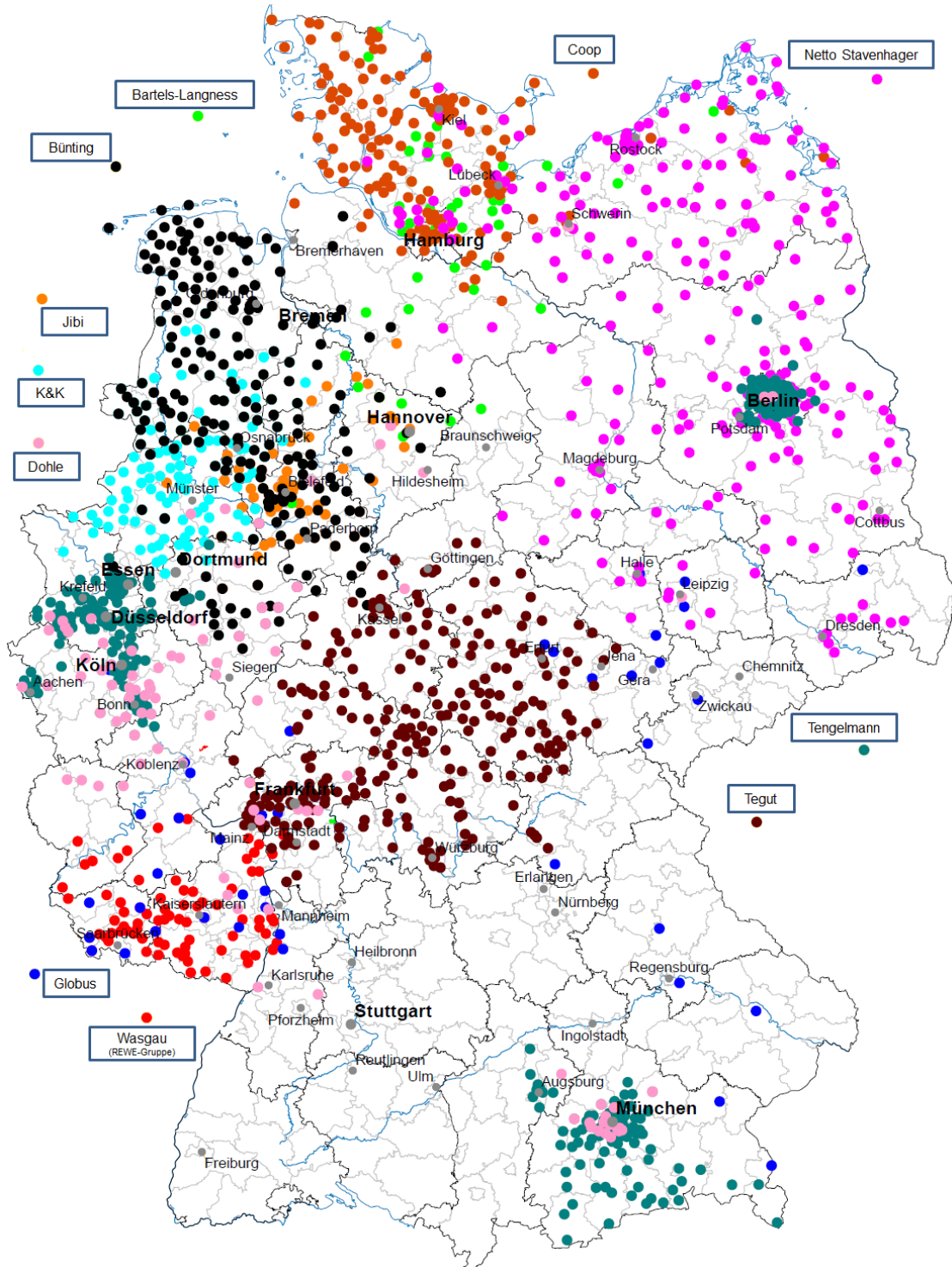
*„Die Einkaufsmacht der EDEKA ist so groß, dass sie in einem hohen einstelligen Prozentbereich günstiger einkaufen kann als wir. Dies ist ein riesengroßer Wettbewerbsvorteil und gerade im personalintensiven Supermarktbereich ganz entscheidend. Und dadurch ist der Wettbewerb zwischen den kleinen [regionalen] Filialisten und den großen Teamplayern eigentlich nicht mehr gegeben. Und das Ganze erklärt sich durch Abnahmegarantien und Mengen“ (Interview LEH 2).*

<sup>71</sup> Die Länge der Balken symbolisiert typisiert die Zahl der Akteure der jeweiligen Wertschöpfungsstufe.



Wie nachfolgende Abbildung 20 zeigt, existieren neben den LEH-Akteuren mit einer nationalen Verbreitung in Deutschland auch einige Unternehmen mit einem oder mehreren regionalen Schwerpunkten.

Abbildung 20 - Räumliche Verteilung regionaler Lebensmitteleinzelhändler



Quelle: BKARTA (2014: 75).

Die regionalen LEH-Akteure sind im Kontext national agierender Player zwar als vergleichsweise klein einzustufen, nehmen aber in ihrem Kerngebiet eine bedeutende wettbewerbliche Position ein. Auch gibt es die Ausprägung, dass jene als Kopf einer Einkaufskooperation mehrerer kleinerer Unternehmen in den Markt treten und für den Wettbewerb auf den Beschaffungsmärkten eine besondere Relevanz besitzen. In ihrer Gesamtheit decken diese regionalen Lebensmittelhändler einen Großteil des gesamten Bundesgebiets ab und treten dadurch – gerade in sich überschneidenden Aktionskreisen – mit den national tätigen Unternehmen und Unternehmensgruppen in einen intensiven Wettbewerb (vgl. Interviews BE 4, LEH 1; BKARTA 2014: 73 ff.).

Einkaufskooperationen sind im (deutschen) LEH von großer Bedeutung und sie stellen – vor allem für kleine und mittlere Unternehmen – oftmals die einzige Möglichkeit dar, Zugang zu den Beschaffungsmärkten zu erlangen und die eigenen Beschaffungskonditionen zu verbessern. Die Existenz unterschiedlicher Einkaufskooperationen entsteht demzufolge vor dem Hintergrund, Marktaktivitäten zu bündeln. Diese Strategie, sich in Gruppen zusammenzuschließen, um die eigene Wettbewerbsposition auszubauen, wurde als ‚Macht in Gruppen‘ beschrieben (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 12). Dabei ist anzunehmen, dass diese Machtkonstellation nur so lange besteht, bis die Gruppe sich auflöst (Beendigung der Kooperationsaktivitäten) oder sich ein oder mehrere Kooperationspartner aus der Gruppe lösen und etablieren. Bedeutende Unternehmen und Unternehmensgruppen aus der Spitzengruppe des LEH (z.B. Rewe oder Edeka) sind aus derartigen Strukturen entstanden. Sie kooperieren auch gegenwärtig noch oftmals mit außenstehenden Unternehmen im Einkauf und vergrößern auf diese Weise ihre Beschaffungsvolumina sowie – je nach Ausprägung der Kooperation – ihren Einfluss auf die kooperierenden kleineren Wettbewerber (BKARTA 2014: 94 ff.; MONOPOLKOMMISSION 2012: 366).

*„Die getroffenen Vereinbarungen innerhalb der unterschiedlichen Einkaufskooperationen zwischen den großen Handelsketten und den kleinen Regionalfilialisten erfolgen oftmals hinter vorgehaltener Hand. Diese Intransparenz in den Abmachungen lässt darauf schließen, dass Macht und Einfluss der großen Player dieser Stufe viel größer sind, als von außen ersichtlich“ (Interview LEH 3).*

Im Rahmen einer Sektoruntersuchung aus dem Jahre 2014 hat das Bundeskartellamt die führenden Unternehmen des LEH nach bestehenden und früheren Beschaffungsk Kooperationen mit Wettbewerbern befragt. In diesem Kontext kann derzeit keine „(...) zuverlässige, flächendeckende quantitative Bestimmung der Gesamtbeschaffungsvolumina“

*lumina der einzelnen Kooperationspartner mit dem Anteil des tatsächlich gemeinsam beschafften Volumens (...)*“ (BKartA 2014: 95) vorgenommen werden. Allerdings ist davon auszugehen, dass die Einkaufskooperationen um Edeka und Rewe an etwa der Hälfte des Gesamtbeschaffungsvolumens im deutschen LEH beteiligt sind (ibid.; vgl. Interview LEH 3). Es ist nicht selten der Fall, dass die partnerschaftliche Zusammenarbeit in Einkaufsgemeinschaften weit über die reine Bündelung des Einkaufs (besserer Zugang, bessere Konditionen) hinausgeht, da sie auch die absatzseitigen Beziehungen der Mitglieder im Wettbewerb untereinander betreffen kann. So kann es aus Sicht der kleineren Partner ein wichtiges Motiv sein, die Handelsmarken (vgl. Kapitel 5.1.4) des größeren Kooperationspartners mit übernehmen und vertreiben zu können. Auch sind derartige Kooperationsinhalte dadurch motiviert, vor dem Wettbewerb eines großen Konkurrenten geschützt zu sein (Gebietsschutzvereinbarungen) und die eigene Wettbewerbsfähigkeit und –position gegenüber Dritten zu verbessern. Im Gegensatz dazu erhöht sich für den größeren Partner der Einkaufskooperation die beschaffte Menge nur marginal und eine bedeutende Verbesserung der Verhandlungsergebnisse (vorteilhaftere Beschaffungskonditionen) ist auch nicht zu erwarten. Vielmehr verspricht sich der größere Partner strukturelle Absicherungen, beispielsweise in Form von Minderheitsbeteiligungen oder Vorkaufsrechten im Falle etwaiger Veräußerungsgedanken des Juniorpartners (Nachfolgeregelung). Derartige vertragliche Vereinbarungen zwischen den Kooperationspartnern sind oftmals langfristig angelegt und es ist nicht selten der Fall, dass im Rahmen kooperativer Vereinbarungen ‚stillschweigende‘ Übereinkünfte getroffen werden (vgl. Interviews LEH 1, LEH 3; BKART A 2014: 98 ff.; MONOPOLKOMMISSION 2012: 366). Alles in allem vermitteln Form und Inhalt von Einkaufskooperationen unter Beteiligung großer LEH-Akteure den Eindruck, als sei das Hauptinteresse des großen Partners dadurch motiviert, sich einen langfristigen und umfassenden Zugriff auf einen der wenigen verbleibenden kleineren Wettbewerber zu sichern. Auf diese Weise werden die Aktivitäten der mittelständischen Kooperationspartner kontrolliert und die Machtposition der großen, (inter-) national tätigen LEH-Akteure wird kontinuierlich gefestigt. Es ergibt sich eine dauerhafte Dominanz, die einer Herrschaft gleichkommt (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 10).

### 6.3.2 Handelsmarkendominanz als Resultat strategischer Sortimentsanpassungen

Durch den Vormarsch der preisorientierten Discounter (vgl. Kapitel 5.1.4, S. 103 f.) sind die Lebensmittelpreise in Deutschland sehr gering – und dies insbesondere im (Schweine-)Fleischsegment<sup>72</sup>.

*„Während der Discount einen Rohertrag von etwa 20 Prozent benötigt, um kostendeckend zu wirtschaften, sind es beim Supermarkt zwischen 30 und 40 Prozent. Und die Mischung gibt im Durchschnitt niedrige Lebensmittelpreise“* (Interview LEH 1).

Im Wesentlichen ist dieser Entwicklungsprozess auf die Zusammensetzung der Sortimente zurückzuführen. Die vom LEH angebotenen Sortimente befinden sich in einem anhaltenden Wandel und sind in den vergangenen Jahren immer mehr in den Fokus der handels- und wettbewerbspolitischen Diskussionen gerückt. Während in der Vergangenheit die Bedeutung von Handelsmarken insbesondere bei den Discountern traditionell groß war, nimmt sie inzwischen auch bei den Vollsortimentern kontinuierlich zu<sup>73</sup> und die über Jahrzehnte entstandene Balance zwischen Handels- und Herstellermarken (vgl. Kapitel 5.1.4) richtet sich neu aus (ADLWARTH 2013: 45; BKARTA 2014: 101 ff.; MONOPOLKOMMISSION 2012: 351).

*„Die Lebensmittelpreise werden in erheblichem Maße beeinflusst durch die Dominanz der Handelsmarken im Preiseinstiegssegment der Discounter. Als Resultat dieser Entwicklung reagieren viele Supermärkte mit einer Strategieanpassung, indem die eigene Handelsmarkenstrategie ausgebaut und ebenfalls vermehrt in Richtung des Preiseinstiegssegmentes ausgerichtet wird. Dadurch befindet sich ein großer Teil des Marktes auf einem niedrigen Discountniveau“* (Interview LEH 1).

Zum einen ist die steigende Bedeutung von Handelsmarken über deren Anteile am absatzseitigen Gesamtumsatz abzulesen (quantitativer Ansatz): Es zeigt sich, dass die Handelsmarkenanteile am Gesamtsortiment im Durchschnitt – und über alle Warengruppen und Preissegmente hinweg betrachtet – in den letzten Jahren erheblich

---

<sup>72</sup> Auf die unterschiedlichen Preissetzungsstrategien der LEH-Akteure im Bereich von Fleisch und Fleischwaren wird nachfolgend in Kapitel 6.3.4 noch ausführlicher eingegangen werden.

<sup>73</sup> Alle vollsortimentierten Betriebsformen weisen heute eine mehrstufige Handelsmarkenarchitektur auf. In der Regel handelt es sich dabei um einen dreistufigen Aufbau mit ‚Preiseinstiegs-‘, ‚Qualitäts-‘ und ‚Premiumhandelsmarken‘. Im Bereich der Discounter ist das Angebot – anders als in früheren Zeiten – nicht mehr allein auf den Preiseinstieg ausgerichtet, wobei es sich immer noch um das Kerngeschäft handelt. So ist bei der Präsentation eigener Handelsmarken inzwischen auch ein dreistufiger Ansatz zu erkennen (vgl. BKartA 2014: 108 ff.).

angestiegen sind. INDERST (2013: 12) beziffert diesen Anstieg (unter Bezugnahme des GfK-Haushaltspanels) von 21,8 Prozent im Jahr 2000 auf 39,8 Prozent im Jahr 2012. Bei detaillierter Umsatzbetrachtung von Fleischprodukten fällt auf, dass der SB-Bereich ein hohes Beschaffungsvolumen aufweist, während der Umsatzanteil an den Bedientheken unterschiedlich hoch ist. Insgesamt scheint für die Handelsketten die Frage, mit welcher Zusammensetzung der Sortimente (Hersteller- oder Handelsmarke) höhere Margen beziehungsweise Gewinne zu erzielen sind, als prioritär. In diesem Kontext ist zudem entscheidend, in welchen Produktbereichen der Händler bereits vertikal integriert ist und eine eigene Herstellung realisieren kann (BKartA 2014: 102 f.; vgl. Interviews BE 5, BE 8, LEH 1).

Zum anderen kann die steigende Bedeutung von Handelsmarken anhand qualitativer Veränderungen erklärt werden: Der strategische Hintergrund, der mit dem Angebot von Handelsmarken einhergeht, ist vielschichtiger geworden. Denn mit Handelsmarken werden – anders als in der ursprünglichen Ausprägung – nicht mehr vorwiegend preisorientierte Kunden im Niedrigpreissegment angesprochen. Vielmehr entscheidet der LEH mit den obig beschriebenen, differenzierten Handelsmarkenprogrammen darüber, welche Käuferschichten in den jeweiligen Produktbereichen gezielt angesprochen werden sollen (BKARTA 2014: 105). Mit der Hinterlegung eines den Händler identifizierenden Schriftzuges auf der Produktverpackung der Handelsmarke wird selbige für den Verbraucher enger mit dem Händler in Verbindung gebracht. Dadurch kann sich ein Händler über sein Angebot profilieren und gegenüber Wettbewerbern abgrenzen. Handelsmarkenimage und Händlerimage beeinflussen sich gegenseitig und haben möglicherweise – und unabhängig von der tatsächlichen Kaufentscheidung – Einfluss auf die Frequenz des Geschäftsbesuchs. Gegenüber dem Endkonsum wird der tatsächliche Hersteller des Handelsmarkenproduktes oftmals nicht mehr genannt und offengelegt („hergestellt für“). Insbesondere im Fleischbereich agieren Hersteller als anonyme Handelsmarkenlieferanten (BKARTA 2014: 105; WBA 2015: 44).

*„Durch die Implementierung und zunehmende Etablierung von Handelsmarken ist es dem LEH gelungen, den Rohstoffeinkauf zu bündeln. Darüber hinaus macht die Handelsmarkenpolitik jeden Lieferanten weitestgehend austauschbar. Denn es ist mehr oder weniger irrelevant, von welchem Verarbeiter die Waren produziert und angeliefert werden. Und auch der Verbraucher sieht in der Warenauslage zunächst immer nur den Schriftzug der Handelsmarke und ist nur in den seltensten Fällen – ich behaupte mal zu weniger als fünf Prozent – an einer detaillierten Rückverfolgbarkeit interessiert“ (Interview SZV 1).*

Nach Expertenmeinung haben Handelsmarken einen bedeutenden Einfluss auf die Wettbewerbsverhältnisse im LEH. Darüber hinaus werden – wie durch das obige Zitat verdeutlicht – Rückwirkungseffekte auf die vorgelagerten Produktionseinheiten (SZV-Stufe) konstatiert (vgl. Interviews BE 7, BE 12, SZV 1, SZV 4). An dieser Stelle sei bereits darauf verwiesen, dass die im Zusammenhang mit der Handelsmarkenarchitektur stehenden und nachfolgend diskutierten Aspekte der Markt- und Verhandlungsmacht lediglich ein Exzerpt einer umfassenden Auseinandersetzung des genannten Themenbereichs darstellt und daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Außerdem kommt es bei der Bewertung der Verhandlungsstärke in einem bilateralen Austauschverhältnis zwischen Hersteller (Anbieter) und Nachfrager immer auf die konkrete, ganzheitliche Anbieterstruktur im Markt und auf weitere Umstände der Verhandlung an (vgl. BKARTA 2014: 111 ff.).

Durch die zunehmende Verbreitung von Handelsmarken im Gesamtsortiment des LEH sind Funktionsveränderungen zu erkennen, welche sich sowohl auf Händler- als auch auf Lieferantenseite vollziehen. Die Handelsketten wandeln sich vom reinen Absatzmittler zum Anbieter eigener Produkte und stehen somit in Konkurrenz zu den Markenartikeln ihrer Lieferanten. In praxi werden die unter der entsprechenden Handelsmarke angebotenen Produkte entweder durch konzerneigene Fleischwerke<sup>74</sup> hergestellt oder durch Dritte im Auftrag produziert. Durch die ganz oder teilweise vollzogene Umstellung der Produktion von Markenartikeln auf die Produktion von Handelsmarken, nimmt der Hersteller die Position eines Lohnfertigers ein. Innerhalb dieser Ausprägung erfolgt die Herstellung der Schweinefleischprodukte nach exakten Vorgaben der Handelsketten (vgl. BKARTA 2014: 113 ff.). Unter den im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragten Marktexperten herrscht mit Blick auf die Verhandlungsmacht zwischen den unterschiedlichen Marktakteuren ein äußerst heterogenes Meinungsbild. Alle Interviewpartner aus dem LEH sind der Meinung, dass ein Hersteller (SZV-Stufe) durch die (zusätzliche) Produktion einer Handelsmarke seine Verhandlungsmacht erhöht, da sich ihm in den Verhandlungen über die eigenen Markenartikel eine zusätzliche Ausweichoption bietet. Auch sehen sie vor allem für kleinere und mittlere Unternehmen die Strategie, Handelsmarken zu produzieren, als eine gute Möglichkeit, sich im zunehmend gesättigten Markt zu profilieren (vgl. Interviews LEH 1, LEH 2, LEH 3). Im Gegensatz dazu nehmen die meisten Interviewpartner aus dem Bereich der SZV-Stufe und weitere Branchenexperten an, dass

---

<sup>74</sup> Die Bedeutung von handelseigenen Fleischwerken und deren Einfluss auf die Konfiguration des Produktionsnetzwerks wird im nachfolgenden Kapitel 6.3.3 erneut aufgegriffen.

sich im Schweinefleischbereich mit einem zunehmenden Handelsmarkenanteil am Gesamtumsatz die Verhandlungsmacht im bilateralen Austauschverhältnis mit den Herstellern immer tendenziell zugunsten der Handelsketten auswirkt (vgl. Interviews BE 3, BE 5, BE 9, SZV 1, SZV 3, SZV 5). Ungeachtet der heterogenen Meinungsstrukturen im Zuge der durchgeführten Experteninterviews ist zu konstatieren, dass der LEH durch die in den vergangenen Jahren kontinuierliche Ausweitung von Eigenmarkenprogrammen einen stetig höheren Einfluss auf Verpackung und Qualität der angebotenen Produkte erlangt hat. Damit einher geht jedoch ein erhöhtes Risiko, häufiger im Fokus der kritischen Öffentlichkeit zu stehen. Die LEH-Akteure besitzen als Inhaber der Verkaufsstätte erheblichen Gestaltungsspielraum und Entscheidungshoheit über Platzierung und Verräumung der Produktgruppen. Darüber hinaus ist auch die Steuerung der Aktionspolitik für Markenartikel ein erheblicher Vorteil der Händler gegenüber den Markenherstellern (BKARTA 2014: 117; WBA 2015: 44).

### **6.3.3 Wachstumsgrenzen im LEH zwischen Internationalisierung und Vorwärtsintegration**

Die zunehmend gesättigte Marktconstitution im Bereich des Lebensmittelhandels ist Bestandteil zahlreicher wirtschaftspolitischer Diskussionen (vgl. z.B. SPIEGEL ONLINE 2016). Immer wieder stehen künftige Konsolidierungsvorhaben im Fokus staatlicher Wettbewerbsbehörden (z.B. Fusionskontrollen des BKartA im Zuge des Kartellverbots), um das gegenwärtige Wettbewerbsniveau zu stabilisieren (BKARTA 2017).

Die aufgezeigten Entwicklungen verpflichten zahlreiche Handelskonzerne des deutschen LEH dazu, sämtliche der noch verbliebenen Wachstumsoptionen kritisch zu prüfen. In diesem Zusammenhang wird oftmals erhebliches Expansionspotential in der Besetzung internationaler Märkte gesehen. Begünstigt durch die EU-Osterweiterung und dem damit einhergehenden Abbau rechtlicher Barrieren sind besonders die osteuropäischen Wachstumsmärkte in den vergangenen Jahren verstärkt in den Fokus gerückt (HANF & HANF 2004: 88 f.; STÖTER 2014; vgl. Interviews BE 5, LEH 2, LEH 3, SPA 3). Auch werden die Kooperationsaktivitäten im internationalen Kontext verstärkt, so dass aktuell zum Beispiel Edeka und Rewe Mitglieder in diversen internationalen Beschaffungsk Kooperationen sind (BKartA 2014: 95).

Die anwachsende Internationalisierung des LEH im globalen Maßstab hat zahlreiche Konsequenzen (vgl. z.B. BOGNER & BRUNNER 2007; FISCHER 2010; FRANZ 2010b; MOYER-LEE & PROWSE 2012). HANF & HANF (2004: 92 ff.) weisen beispielsweise darauf hin, dass derartige Expansionsaktivitäten Auswirkungen auf alle vorgelagerten Produktionsstufen aber insbesondere die (Schlacht-, Zerlege- und) Verarbeitungsstufen haben können. In diesem Kontext erhöht die Zusammenarbeit mit global agieren-

den Einzelhändlern die Chancen, die Verkaufszahlen und somit auch die Produktion erheblich steigern zu können, wie das nachfolgende Zitat belegt:

*„Seit der EU-Erweiterung im Jahr 2004 sind einige Handelsketten sehr stark im europäischen Ausland vertreten. Kaufland zum Beispiel ist meines Wissens relativ stark in Tschechien und der Slowakei unterwegs. Und eben durch diese europäischen Expansionen haben sich für viele Lieferanten gute Möglichkeiten ergeben, parallel mitzuwachsen. Denn die Handelskonzerne nehmen lieber ihre etablierten Partner mit, als im Zielland mit unbekanntem Zulieferern Experimente zu machen“* (Interview BE 4).

Die durch das Zitat implizierte Verbesserung der Wettbewerbsbedingungen kann sich für die Lebensmittelhersteller dann ergeben, wenn ein von jenen beliefertes LEH-Unternehmen einen transnationalen Wachstumssprung vollzieht. Branchenexperten gehen davon aus, dass expandierende LEH-Akteure im Kontext globaler Ausdehnungstendenzen in der Regel zu mehr als 80 Prozent ihre angestammten Zulieferer mitnehmen (vgl. Interviews BE 4, BE 6). Derartige Wettbewerbsvorteile sind natürlich nur so lange gegeben, bis der entsprechende Händler sein neues Marktumfeld hinreichend kennt, um Leistungsfähigkeit, Zuverlässigkeit und Qualitätstreue der potenziellen ‚hiesigen‘ Lieferanten abschätzen zu können. Spätestens dann stehen (deutsche) Lebensmittelproduzenten in einem globalen Wettbewerb mit anderen Herstellern. Diese Ausprägung kann auch mit erheblichen, gegenseitigen Lerneffekten einhergehen. Bei den bisher beschriebenen Konsequenzen für die vorgelagerte SZV-Stufe handelt es sich um direkte, kurzfristig zu erreichende Wettbewerbsvorteile. Daneben gibt es auch Veränderungen der Wettbewerbsposition, die allesamt eher langfristig angelegt sind. Allerdings ist in diesem Zusammenhang zwischen Herstellern von Handelsmarken und Markenartikeln zu differenzieren. Handelsmarkenproduzenten generieren Skaleneffekte und sind dadurch in der Lage, Kosten einzusparen (*economies of scale*, vgl. Kapitel 3.1, S. 35), wobei diese voraussichtlich zu einem nicht geringen Teil direkt in Form von Preissenkungen an den LEH weitergegeben werden müssen. Von zentraler Bedeutung ist jedoch die veränderte Wettbewerbssituation. Denn während erfolgreiche Handelsmarkenhersteller auf nationaler Maßstabsebene häufig die Kostenführerschaft innehaben, treten sie nun mit ausländischen Eigenmarken in einen scharfen Wettbewerb (Wettbewerb kostenminimierender Unternehmen). Für Markenartikler sind die Umstände einer internationalen weiteren Verbreitung der Produkte nicht so eindeutig zu interpretieren. So sind mit der Ausweitung der Absatzvolumina immer auch zunehmende Werbungs- und Distributionskos-



ten verbunden. Auch begibt sich der Markenproduzent in eine stärkere Abhängigkeit zum (nachgelagerten) Handelspartner, da er nicht mehr unabhängig über seine eigene Globalisierungsstrategie entscheiden kann. Die Ausdehnung des Distributionsbereichs in einem finanziell oder strategisch ungünstigen Zeitraum ist mit nicht unerheblichen Risiken verbunden. Gerade für kleinere, oftmals auf ein relativ enges Sortiment spezialisierte Markenartikler ist es ein Wagnis, sich internationalen Expansionsaktivitäten anzuschließen, da es zu einer personellen und finanziellen Überbeanspruchung führen und im schlechtesten Fall zu einem Verlust von Markenimage und Markenprofil kommen kann. (BOGNER & BRUNNER 2007: 145 f.; HANF & HANF 2004: 94 f.; vgl. Interviews BE 7, BE 11, LEH 2, LEH 3). Mit der Besetzung internationaler Märkte durch einige Vertreter des LEH wird ein weiteres Beispiel für die Multiskalarität im Produktionsnetzwerk Schwein aufgezeigt. Im wettbewerblichen Kontext und im Beziehungsgefüge zwischen den expandierenden LEH-Vertretern und deren Lieferanten birgt diese Verwobenheit der internationalen (Einzel-)Handelsströme sowohl Chancen als auch Risiken. Im Hinblick auf die Lieferantenseite (SZV-Stufe) ist das Angebot, von einem expansionswilligen Lebensmittelhändler ‚mitgenommen‘ zu werden zunächst als positiv zu bewerten. Diese intendierte Einwirkung des LEH auf das (mögliche) Handeln ausgewählter Lieferanten wird in der theoretischen Herleitung des Machtbegriffes als ‚Einflussnahme‘ beschrieben (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 12 ff.). Auf der anderen Seite begeben sich die Lieferanten in eine tendenzielle Abhängigkeit, da sie Gefahr laufen, trotz einer positiv beschiedenen Geschäftsanbahnung und damit einhergehender (Zusatz-)Investitionen dennoch kurzfristig ausgelistet und durch einen anderen Wettbewerber ersetzt zu werden. Kongruent zu der bereits an anderer Stelle skizzierten Machtausübung seitens einiger LEH-Vertreter gegenüber seiner Lieferanten (vgl. Kapitel 6.2.4, S. 160) lässt sich auch in diesem Zusammenhang ein Drohpotential vermuten, welches im Extremfall auf eine Beendigung der Lieferantenbeziehung hinwirken könnte (vgl. Kapitel 2.1.5, S. 28 ff. – ‚Verhandlungsmacht‘).

Neben einer Expansion in das europäische Ausland wird die vertikale Vorwärtsintegration oftmals als eine weitere Wachstumsoption erachtet. Fast alle großen Lebensmittelhändler in Deutschland sind seit einigen Jahren und in zunehmendem Maße auch in der Fleischwarenproduktion tätig und forcieren somit ihr Fleischmarketing. Sie sind in der Lage, in den betriebseigenen Fleischwerken die gehandelten Produkte selbst herzustellen und unter einer eigenen Handelsmarke anzubieten. Diese Form der vertikalen (Vorwärts-)Integration macht es dem LEH möglich, sich in Teilbereichen ihres Sortiments zu entkoppeln und unabhängig von der vorgelagerten Lebensmittelindustrie zu sein. Die Edeka-Gruppe ist in Bezug auf die Eigenproduktion

das prominenteste Beispiel und folgt somit der Konzernstrategie, mit der durch eine „(...) kontinuierliche Optimierung der Logistikstrukturen und die Stärkung der eigenen Produktionsbetriebe (...)“ (EDEKA 2014) die Ausweitung der vertikalen Integration angestrebt wird<sup>75</sup>. Die durch das Betreiben eigener Fleischwerke vollzogene Vorwärtsintegration der LEH-Akteure entspringt in der Historie vornehmlich logistischen Hintergründen im Sinne von Haltbarkeits- und Hygieneanforderungen. Während gegenwärtig durch verbesserte, höchst innovative Logistikkonzepte die Möglichkeit gegeben ist, die Kühlkette über den gesamten Distributionsprozess hinweg einhalten zu können und einen zugleich schonenden Transport zulässt (SIEBELS 2015: 59 ff.), waren in der Vergangenheit die Kontaminationsrisiken aufgrund geringer Haltbarkeit der Produkte wesentlich höher. Vor diesem Hintergrund haben bereits vor rund 30 Jahren die ersten Akteure im Lebensmittelhandel damit begonnen, eigene Fleischwerke zu implementieren. Mithilfe dieser konnten unverarbeitete Schweinehälften oder auch (groberlegte) Teilstücke (z.B. Schinken oder Kotelettreihen), deren Transport weitaus geringeren Risiken ausgesetzt ist, weiterverarbeitet werden. Gegenwärtig verfügen die meisten großen LEH-Akteure, deren strategische Ausrichtung einen (Frisch-) Fleischvertrieb über die filialeigenen Bedientheken vorsieht (z.B. Rewe oder Edeka), über ein national verbreitetes Netz an Fleischwerken, welche in der Lage sind, die Distribution der Frischwaren im Kurzstreckenbereich vorzunehmen (vgl. Interviews BE 1, BE 10, LEH 1, LEH 2, SZV 4). Somit kann der individuellen, filialspezifischen Nachfrage an bestimmten Produkten aus dem Frischfleischbereich innerhalb der eigenen Unternehmensgruppe entsprochen werden. Denn diese kostenintensiven Anforderungen sind von den Zulieferern der Fleischindustrie nur unter größtem logistischem Aufwand umsetzbar und dadurch unrentabel. Ein weiterer Vorteil der eigenen Fleischwerke liegt darin, in kurzfristiger und flexibler Weise – ohne langwierige Produktionsabsprachen mit den Zulieferern – auf veränderte Markt- und Kundenanforderungen reagieren zu können. Auch regionsspezifische Besonderheiten, wie Leberkäse und Weißwürste in Bayern oder ‚Kohlwurst und Pinkel‘ in Norddeutschland, werden unter diesem Aspekt berücksichtigt (vgl. Interviews BE 7, LEH 1, LEH 3, SZV 2).

---

<sup>75</sup> Neben anderen Bereichen der Lebensmittelproduktion (z.B. Brot- und Backwaren, Fruchtsäfte, Mineral- und Heilwasser, Wein) agiert Edeka vor allem im Segment der Fleischwarenindustrie. Das Unternehmen betreibt insgesamt 15 eigene Fleischwerke, in denen für alle Vertriebsstadien der Gruppe Fleisch- und Wurstprodukte angeboten werden. Allein ‚Edeka Südwest Fleisch‘ generierte im Jahr 2013 einen Umsatz von 619 Millionen Euro. Die Schwarz Gruppe produziert große Teile der benötigten Fleisch- und Wurstwaren im konzerneigenen Fleischwarenunternehmen ‚Kaufland Fleischwaren‘ (655 Mio. € Umsatz) und die Eigenproduktion der Rewe-Gruppe erfolgt ebenfalls über ein eigenes Fleischwerk (‚Metzgerei Wilhelm Brandenburg‘, 640 Mio. € Umsatz). Im Kontext der fünf führenden Akteure im deutschen LEH sind Aldi und Metro die einzigen, die keine nennenswerten, konzerneigene Fleischwarenproduktion aufweisen (BKARTA 2014: 79 ff.; LZ 2014).

*„Also die Fleischwerke spielen eine ganz große Rolle, weil der Lebensmitteleinzelhandel da auch ein riesen Wachstumspotential sieht und gesehen hat. Zum einen kann die Wertschöpfung auf Seiten des Lebensmitteleinzelhandels erhöht werden, zum anderen sinkt die Abhängigkeit von Vorlieferanten im Wurst- und Verarbeitungssektor. Auch ergibt sich ein viel besserer Einblick in die Kosten-Erlös-Situation im Verarbeitungssektor“ (Interview BE 4).*

Dieses Zitat beschreibt in erster Linie, wie wichtig für den LEH das Vermögen ist, über valide Marktinformationen der vorgelagerten Wertschöpfungsstufen zu verfügen. Denn durch einen dezidierten Einblick in die Rohstoffsituation ergibt sich für den LEH langfristig eine verbesserte Wettbewerbsposition im Vergleich zu den Handelspartnern aus der Fleischindustrie. Auch gewinnt der LEH – wie ebenfalls im Zitat deutlich wird – durch die vollzogene Vorwärtsintegration eine Klarheit über wesentliche Produktkosten im verarbeitenden Sektor. Aufgrund dieses Wissens (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 16 – ‚Macht durch Information‘) liegt die strategische Ausrichtung der LEH-eigenen Fleischwerke darin, die lukrativsten Geschäfte (z.B. Produktion von Schinkenwurst) selbst vorzunehmen, um dadurch die Margen zu steigern und die Handelsmarkenpolitik weiter auszubauen. Auch wird deutlich, dass die von großen Teilen des LEH betriebenen Fleischwerke wesentlicher Bestandteil der (Markt-)Macht der Handelsketten sind (vgl. Kapitel 2.1.5, S. 26 f.). Die Fleischwerke des LEH können als strategisches Instrumentarium angesehen werden, da sie einen erheblichen Einfluss auf die Konfiguration der vorgelagerten SZV-Stufe nehmen. Dieser ist in der Art ausgestaltet, dass die Fleischwerke den Rohstoffbezug bewusst auf mehrere Zulieferer verteilen, um Abhängigkeiten zu den größten Schlacht- und Verarbeitungsbetrieben auszuschließen. In diesem Kontext werden vorzugsweise auch mittelständische Unternehmen als Lieferanten herangezogen (vgl. Interviews BE 3, LEH 3, SZV 1, SZV 5; vgl. EFKEN et al. 2015: 3).

*„Diese Vorgehensweise kommt einem ‚Katz-und-Maus-Spiel‘ gleich. Die Fleischwerke halten die mittelständischen Schlachtunternehmen über Wasser. Die kriegen nicht so viel, dass sie reich werden, aber auch nicht so wenig, dass sie morgen kaputtgehen. Dadurch kontrollieren sie den Rohstoffbezug und erreichen gleichzeitig, dass die großen Schlachtstellen nicht noch größer werden“ (Interview SZV 3).*

Zwischen den Marktexperten besteht weitestgehend Einigkeit darin, dass es in Zukunft keine weitere Vorwärtsintegration seitens des LEH in Richtung Schlachtung ge-

ben wird. Denn der Prozess des Tötens passt nicht zur ethischen Ausrichtung der LEH-Akteure und gefährdet die positive Reputation des LEH seitens der Verbraucher (vgl. Interviews BE 2, BE 7, BE 9). Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragten LEH-Vertreter bestätigen die Annahme, nach der eine weitreichendere Vorwärtsintegration ausbleiben wird (vgl. Interviews LEH 1, LEH 2, LEH 3). Allerdings wird an dieser Stelle die Begründung herangezogen, dass „die hartumkämpften Teilstückmärkte auf der grünen Seite der Produktion“ (Interview LEH 1) höchst unrentabel und dadurch wenig lukrativ sind. Zum wiederholten Male kann auch hier der Eindruck gewonnen werden, dass der LEH bestimmte strategische Positionierungen und Verhaltensweisen innerhalb des Produktionsnetzwerks, die in vermeintlich offensichtlicher Weise im Kontext von Image und Reputation erfolgen, mit rein betriebswirtschaftlichen Argumenten diskutiert und begründet.

#### **6.3.4 Autoritäten am Kettenende und (Schweine-)Fleisch als Preismagnet für den Konsum**

Der Vormarsch preisorientierter Vertriebsformen im LEH (vgl. Kapitel 5.1.4, S. 103) wird historisch als eine zentrale Einflussgröße in der Entwicklung der Konsumstufe erachtet. In diesem Zusammenhang wird eine Verbrauchermentalität deutlich, die im Vergleich zu anderen europäischen Ländern wesentlich preisfixierter zu sein scheint und darüber hinaus verminderte Serviceleistungen zulässt, vor allem bei entsprechenden Rabattierungen (vgl. Interviews BE 6, BE 7). Gleichzeitig offenbart sich vielen der im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragten Interviewpartner ein differenziertes Konsumentenbild (vgl. Interviews BE 5, BE 9, IA 3, PE 2), wie das nachfolgende Zitat in eindrucksvoller Weise belegt.

*„Im Prinzip zeigt die Gesellschaft im Kontext der Fleischwirtschaft zwei unterschiedliche Gesichter: Auf der einen Seite strebt sie Verbesserungen an, die sich in den Themen um Tierwohl, Mindestlohn, Pflanzenschutz oder Antibiotika wiederfinden. Auf der anderen Seite gibt es den ganz anderen Konsumenten, der an der Kasse genau das nicht bezahlt, was er letztendlich selber gefordert hat. Diese Schizophrenie ist ein riesengroßes Dilemma in der Wahrnehmung der öffentlichen Meinung. Es wird Regionalität beim Fleisch gefordert, während im Frühjahr Erdbeeren oder frische Kartoffeln aus Ägypten gekauft werden. Dabei steht eine Nachhaltigkeit im Vordergrund, welche von einer romantischen Vorstellung wühlender Schweine auf Streuobstwiesen getragen wird. Also ein typischer Spruch ist immer ganz entscheidend: Vom Lippenbekenntnis bis zum Griff ins Portemonnaie ist es ein weiter Weg. Und die große Zahl*

der Verbraucher, ich tippe mal auf 80 bis 90 Prozent ist preisgetrieben, speziell auch bei Fleisch“ (Interview IA 5).

Die immerwährende Dynamik der Ernährungskultur und die deutlichen Veränderungen im (Schweine-)Fleischkonsum wurden bereits aufgezeigt (vgl. Kapitel 5.1.5). In den vergangenen Jahren ist eine leicht ansteigende Tendenz hin zu vegetarischen oder vegetarisch geprägten Ernährungsstilen zu erkennen (WBA 2015: 73 f.)<sup>76</sup>. Der Blickwinkel des LEH am unmittelbaren *Point of Sale* ist in strategischer Weise vorteilhaft, da selbst geringfügige Veränderungen in den Kundenpräferenzen schnell und in sensibelster Weise wahrgenommen werden und dadurch die Möglichkeit geboten wird, Strategieanpassungen vorzunehmen. Aus dieser Position heraus wird dem LEH in seiner Beziehung gegenüber dem Verbraucher eine eindeutige Dominanz zugesprochen. Denn durch die Auswahl seiner Sortimente, bei der er wahrscheinlich in erster Linie gemäß der kaufmännischen Grundsätze auf höchsten Profit und bestmögliche Marge achtet, entscheidet der LEH über die tatsächliche Angebotspalette und diktiert somit im Vorfeld die Möglichkeiten etwaiger Kaufentscheidungen für den Verbraucher. Zur Beschreibung dieses Themenkomplexes wird von einigen Interviewpartnern zum wiederholten Male das Beispiel der Produktion von Eiern aus Käfighaltung bemüht (vgl. Kapitel 6.2.4, S. 164). Denn man ist davon überzeugt, dass ‚Käfigeier‘ auch heute noch gekauft würden, wenn der LEH sie nicht bereits vor einigen Jahren ausgelistet hätte (vgl. Interviews BE 6, BE 8, SZV 5). Die unterschiedlichen LEH-Akteure im Rahmen der durchgeführten Experteninterviews vermitteln eine Eigenwahrnehmung, nach der die Handelsstufe sich selbst als vermeintliches *„Sprachrohr des Verbrauchers“* (Interview LEH 3) sieht. Darüber hinaus werden nach eigenen Aussagen sogar teilweise Vorkehrungen dafür geschaffen, etwaige Drohkulissen und Anfeindungen gegenüber der Nutztierhaltung von abgeneigten Gruppierungen aus der Zivilgesellschaft frühzeitig auszuschließen und somit das eigene Image gegenüber dem Verbraucher zu stärken. Denn der LEH befürchtet – ebenfalls nach eigenen Aussagen – aufgrund einer belegbaren Verantwortungslosigkeit mit

---

<sup>76</sup> Der Anteil der ‚Vegetarier‘ an der deutschen Bevölkerung liegt zurzeit bei etwa 3,5 Prozent. Weitere 11,5 Prozent essen als ‚Flexitarier‘ in ganz bewusster sowie seltener Weise oftmals auch nur dann Fleisch, wenn es bestimmte Qualitäten aufweist und etwa 9,5 Prozent der Gesellschaft streben als ‚reduktionswillige Fleischesser‘ eine Reduktion ihres Fleischkonsums an. Allerdings weist der Großteil der Verbraucher als ‚unbekümmerte Fleischesser‘ (75,1 %) ein ausgesprochen hohes Verzehrsniveau auf (WBA 2015: 73 f., vgl. ALBERSMEIER & SPILLER 2010; CORDTS et al. 2013; PFRIEM et al. 2012; ROTHGERBER 2014)

den prominenten Skandalen der Ernährungsindustrie in Verbindung gebracht zu werden (vgl. Interviews LEH 2, LEH 3)<sup>77</sup>.

Frischfleisch (und das Frischesortiment im Allgemeinen) hat eine große Bedeutung als Kundenmagnet. So ist es neben der großen (wirtschaftlichen) Bedeutung der Discounter im Absatz von Fleisch- und Fleischerzeugnissen nicht verwunderlich, dass die Produkte der Fleischwirtschaft fast ununterbrochen für Sonderpreisaktionen genutzt werden. Fleisch und Fleischwaren sind ‚Eckartikel‘, deren rabattierte Anpreisung als ein Signal für Preisgünstigkeit steht, insbesondere bei Hackfleisch und Schnitzel. Im Rahmen dieser Preissetzungsstrategie macht sich der LEH das Wissen zunutze, dass die Mehrzahl der Verbraucher im Fleischsegment über eine hohe Preiskenntnis verfügen, da es sich um vermeintlich häufig gekaufte Produkte handelt. Daran anknüpfend verfolgt der Handel mit einer hohen Werbefrequenz das Ziel, oftmals eintretende Deckungsbeitragsverluste im Fleischbereich durch Mischkalkulation und Verbundkäufe wieder auszugleichen. Der (Schweine-)Fleischbranche ist es bis dato nicht gelungen, Produkt- und Preisdifferenzierungen durchzusetzen (EFKEN et al. 2015: 12 ff.; SPILLER et al. 2005: 132; vgl. ROEB 2014; SIMONS et al. 2014).

*„Also es ist so, die Edeka hat uns das auch mal gesagt, wenn sie Hackfleisch im Angebot haben, verkaufen sie tatsächlich 80 Prozent des gesamten Monatsabsatzes in eben dieser Aktionswoche. Und das zeigt ganz einfach, wo die Leute drauf anspringen. Das ist wahrscheinlich Normalität. Wenn heute 70 Prozent des Schweinefleisches im deutschen Lebensmittelhandel über Sonderangebote verkauft werden, dann sprechen wir in der Regel über die Vollsortimenter, also zum Beispiel Rewe, Edeka oder Metro. Allerdings finden heute selbst bei den Discountern, die in der Vergangenheit meistens auf diese Angebotspraktiken im Frischfleischbereich verzichtet haben, mittlerweile vermehrt Rabattaktionen statt, wenn nach und nach die Kundentreue etwas nachlässt. Der Kunde wechselt sehr schnell. Er ist immer weniger treu seiner eigenen Einkaufsstätte und hat heute laut Statistik drei, vier Einkaufsstätten in seiner unmittelbaren Umgebung, die er abwechselnd anfährt, um dort einzukaufen. Wenn ein Wettbewerber im Einzelhandel den Preis eines anderen unterbietet, dann laufen die Kunden dahin“ (Interview SZV 4).*

---

<sup>77</sup> Auf das in diesem Kontext angesprochene Zusammenspiel zwischen den unterschiedlichen Akteurebenen im Produktionsnetzwerk wird im nachfolgenden Kapitel 7 explizit eingegangen.

Diese Einschätzung eines Interviewpartners beschreibt einen starken Preiskampf unter den Wettbewerbern im LEH, welcher seit dem Einstieg der Discounter in das Frischfleisch-Segment und dem Boom der SB-Ware deutlich verstärkt wurde (vgl. Kapitel 5.1.4, S. 104). Fast alle vollsortimentierten Betriebsformen nehmen – ähnlich wie die Discountschiene – mittlerweile auch kontinuierliche Preisanpassungen vor, um im Wettbewerb der Kundenakquise bestehen zu können. Das bereits beschriebene Überangebot an Schweinefleisch, welches aus der Konfiguration der grünen Produktionsseite hervorgeht (vgl. Kapitel 6.1.2, S. 127) und sich über die unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen hinweg aufrechterhält, kann an dieser Stelle des Produktionsnetzwerks als notwendiges Kriterium und Voraussetzung für den preisintensiven Wettbewerb (Preiskampf) im LEH konstatiert werden (vgl. Interviews BE 6, BE 8, LEH 1, LEH 2, SZV 2). Diese Niedrigpreismentalität im deutschen Lebensmittelhandel wird gleichzeitig als Besonderheit in einer zunehmend global ausgerichteten Landschaft international agierender Einzelhandelsketten gesehen (Multiskalarität). In diesem Zusammenhang gab es in der Vergangenheit unterschiedliche ausländische Unternehmen (z.B. Wal-Mart), die Deutschland als einen interessanten Wachstumsmarkt erachtet haben, jedoch in der weiteren Umsetzung mit der Billigpreisphilosophie nicht zurechtkamen (vgl. Interviews BE 7, LEH 1).

## **6.4 Zwischenfazit**

Im vorangegangenen Kapitel, welches den ersten Teil der Ergebnisdarstellung beinhaltet und Resultat der leitfadengestützten Experteninterviews ist, stand die Frage im Mittelpunkt, wie die Beziehungsstruktur aller Hauptakteure in räumlich-organisatorischer Hinsicht gestaltet ist und welche Machtkonstellationen sich daraus ergeben. Denn insbesondere die Machtposition eines Akteurs definiert sich über die Einbindung in Netzwerke, weil Macht durch die soziale Interaktion von Individuen oder Gruppen in Netzwerken generiert wird und eine Veränderung der Netzwerkbeziehungen zwangsläufig auch veränderte Machtbeziehungen bedeutet (vgl. ALLEN 2003: 2; FRANZ 2011: 5; FRANZ 2013: 10).

In methodischer Hinsicht bildet die im Theorieteil ausgearbeitete GVC-Heuristik das Grundgerüst zur Analyse der Beziehungen zwischen den Unternehmen und der daraus resultierenden Machtkonstellation auf Ebene der Hauptakteure (vgl. Kapitel 3.3, S. 73 f.). Als Ergänzung konnte in der Ergebnisdarstellung zur Erklärung der Machtsequenzen immer wieder auf die ebenfalls in der theoretischen Fundierung be-

schriebenen Machtperspektiven unterschiedlicher Wissenschaftsdisziplinen (vgl. Kapitel 2) verwiesen werden.

Die Ebene der Hauptakteure stellt die zentrale Achse im Produktionsnetzwerk Schwein dar, weil hier der wirtschaftliche Austausch unterschiedlicher, direkt an der Produktion und Vermarktung von Schweinefleisch beteiligter Marktakteure stattfindet. Bei Gesamtbetrachtung der Wertschöpfungszusammenhänge – angefangen bei der grünen Urproduktion, der Viehhandelsstufe, dem Bereich Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung sowie dem LEH bis hin zum Konsumenten – wird deutlich, dass analog zu den verstärkten Konsolidierungs- und Konzentrationstendenzen mit steigender Wertschöpfung (vgl. Kapitel 5.4, S. 118) auch der Grad der Machtasymmetrie zwischen den Hauptakteuren in Richtung Kettenende zunimmt. Somit kann durch die gewonnenen Erkenntnisse in der empirischen Auswertung eine zentrale Annahme des GVC-Ansatzes bekräftigt werden, die eine Korrelation zwischen Koordinationsgrad und Machtasymmetrie beschreibt (vgl. Kapitel 3.2.2, S. 61 ff.). Zweifelsohne hat es immer einen kausalen Zusammenhang zwischen den unterschiedlichen Produktionsstadien gegeben. Allerdings sind im Bereich Schweinefleisch bis dato nicht existierende Tendenzen erkennbar, die von verstärkt vertikalen Koordinationsprozessen gekennzeichnet sind.

In struktureller Hinsicht zu unterscheiden ist zwischen Unternehmen mit relativ großem Einfluss (Fokalunternehmen, *lead firms*, *network flagships*) und solchen, die als kleinere Zulieferunternehmen vermeintlich geringen Einfluss auf die Netzwerkkonfiguration nehmen. Vor diesem Hintergrund zeigt sich der hierarchische Charakter der Schweinefleischwirtschaft: Die Flaggschiffunternehmen – vornehmlich aus den Bereichen SZV und LEH – übernehmen die strategische und organisationale Führung im Netzwerk, welche weit über die eigenen Ressourcen hinausgeht. So beeinflussen sie das Wachstum, die strategische Ausrichtung und die Netzwerkposition von vorgelagerten Akteuren (z.B. Zulieferern oder Subunternehmen). Sie verfolgen das strategische Ziel einer zunehmend vertikalen Integration. Dadurch haben sie mittlerweile großen Einfluss auf die Produktionskonfiguration gewonnen und üben erhebliche Macht entlang der gesamten Kette aus (vgl. CATELO & COSTALES 2008; ERNST & KIM 2001: 1420; MEIL & SCHÖNAUER 2012: 88; RUGMAN 1997: 182; RUGMAN & D'CRUZ 2000: 84).

*„Diese Dynamiken werden von großen bis sehr großen Unternehmen bestimmt, die entweder Massenproduzenten oder Endabnehmer sind und viel Macht entlang der Wertschöpfungskette ausüben“ (MEIL & SCHÖNAUER 2012: 83).*



Im Kontext der GVC-Typologie und angesichts der Erkenntnisse aus den Experteninterviews ist die Produktionskonfiguration der Schweinefleischwirtschaft von einer ‚gebundenen‘ (oder auch ‚gefangenen‘) Wertschöpfungsbeziehung (*captive value chain*) zwischen den unterschiedlichen Hauptakteuren gekennzeichnet. Die *lead firms* sind aufgrund einseitiger Marktmacht in der Lage, Produktions- (z.B. Tierschutzstandards) und Zulieferbedingungen (z.B. Menge und Preis) zu bestimmen. Demnach erhalten die Zulieferer stark kodifizierte Anweisungen von ihren Abnehmern, während sie auf weitestgehend standardisierte und arbeitsintensive Fertigungsprozesse spezialisiert und einem enormen Preiswettbewerb ausgesetzt sind. Neben wenigen Beispielen anhand derer eine ausgeglichene Wettbewerbssituation zwischen zwei (oder mehreren) Partnern attestiert werden kann (z.B. die beschriebene Interdependenz zwischen großen SZV-Akteuren und national agierenden LEH-Vertretern) ist quasi auf der gesamten Ebene der Hauptakteure eine einseitige *lock-in*-Situation (Abhängigkeitsverhältnis) vorzufinden. Sehr hohe Kosten beim Wechsel des Transaktionspartners sowie starke Kontrolle und Überwachung durch den mächtigen Käufer sind typisch für gebundene Wertschöpfungsketten. Die Zulieferer sind aus Sicht der *lead firms* schnell und einfach zu ersetzen, während diese hingegen nur sehr schwer neue Abnehmer für ihre Produkte finden (vgl. Kapitel 6.2.4). Nicht zuletzt aufgrund dieser Umstände ergibt sich der Begriff einer ‚gefangenen‘ (*captive*) Wertschöpfungsbeziehung (DICKEN 2011: 151).

Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Experteninterviews geben Grund zur Annahme, dass die ganzheitliche Wettbewerbssituation aller Hauptakteure künftig nicht zwangsläufig die Attribute ‚gebundener‘ Wertschöpfungsbeziehungen (gemäß GVC-Typologie) aufweisen werden. Vielmehr ist von einer Transformation in Richtung einer hierarchischen Ausprägung auszugehen, da neben einer Vielzahl unterschiedlicher Machtsituationen auch eine deutliche Intensivierung und Dauerhaftigkeit von Macht zwischen den Hauptakteuren im Netzwerk beschrieben wird (bedingt auch durch die verstärkten Integrationstendenzen). Vor diesem Hintergrund darf an dieser Stelle erneut auf die „*Soziologischen Grundbegriffe*“ nach WEBER (1972 [1921-22]; vgl. Kapitel 2.1.1) Bezug genommen werden, wonach eine etablierte und weitestgehend stabile Form von Macht zwangsläufig in Herrschaft und Hierarchie mündet und dementsprechend institutionalisiert ist.

## 7 Machtkonfiguration auf und zwischen den unterschiedlichen Akteursebenen im Produktionsnetzwerk

Als erster Teil der Ergebnisdarstellung wurden im vorherigen Kapitel die Machtaspekte auf Ebene der Hauptakteure dargestellt. Entsprechend der angekündigten Vorgehensweise (vgl. Kapitel 5.4, S. 119) erfolgt in diesem Kapitel die auf den empirischen Befunden basierende Ausarbeitung der Machtkonstellationen, welche durch die Interaktion verschiedener Akteure gleicher und teilweise unterschiedlicher Akteursebenen im Produktionsnetzwerk zustande kommen (vgl. Abbildung 12, S. 88).

Die Konfiguration des gesamten Produktionsnetzwerks Schwein befindet sich seit einigen Jahren in einem konsistenten Transformationsprozess (vgl. Interviews BE 7, BE 9, SPA 4). Dieser ist derart ausgestaltet, dass das vor einigen Jahren noch als etabliert erachtete Produktionssystem der (Schweine-)Fleischwirtschaft zunehmend kritisch betrachtet und in seiner Ausgestaltung (Produktionskonfiguration) hinterfragt wird. Neben den Konsumenten (vgl. Kapitel 5.1.5) gelten die nicht-staatlichen (vgl. Kapitel 5.2) und die formell-politisch legitimierten Akteure (vgl. Kapitel 5.3) als wesentliche Triebfedern der anhaltenden Diskussion. Eine Vielzahl der Themen, mit denen das Produktionsnetzwerk Schwein konfrontiert ist, lässt sich unter dem Begriff ‚Nachhaltigkeit‘ subsumieren (vgl. Interviews BE 6, SPA 1, SPA 4). In diesem Zusammenhang konstatieren einige der im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragten Interviewpartner ein *„(...) herausforderndes Spannungsfeld zwischen Politik, Verbrauchererwartung und Ökonomie“* (Interview BE 1), welches zu einer Neuausrichtung der fleischerzeugenden Produktion führen könnte (vgl. Interviews BE 1, BE 2, SPA 2).

Die Frage danach, ob die Akteure einer Ebene im Produktionsnetzwerk die alleinigen Initiatoren der unterschiedlichen Themen um Nachhaltigkeit sind oder ob ein Zusammenspiel mehrerer Akteure (vielleicht unterschiedlicher Ebenen) vorliegt, ist bis zu diesem Zeitpunkt unbeantwortet. Ebenso ist ungeklärt, welche unterschiedlichen Motive die einzelnen Akteure im Produktionsnetzwerk zu einer bestimmten Handlung bewegen. Diese ungelösten Variablen geben berechtigten Grund zu der Annahme, dass das Produktionsnetzwerk Schwein ein Konglomerat unterschiedlicher Machtarenen ist. In diesem Kontext sind auf und zwischen den unterschiedlichen Ebenen erhebliche bi- und multilaterale Machtkonstellationen denkbar, die von einer besonde-

ren Dynamik gekennzeichnet sind. Sie bilden die Koinzidenz von korporativer, kollektiver sowie institutioneller Macht ab, aus der die tatsächliche Ausgestaltung der unterschiedlichen Machtströmungen im Netzwerk resultiert.

Das Ziel des nachfolgenden Kapitels liegt in der Ausarbeitung der Machtkonfiguration im gesamten Produktionsnetzwerk, also auf und zwischen den unterschiedlichen Ebenen. Im Rahmen der durchgeführten Experteninterviews haben sich drei thematische Schwerpunkte (Machtarenen) herauskristallisiert, die im nachfolgenden Kapitel exemplarisch für die Gesamtheit aller Nachhaltigkeitsthemen herangezogen werden und erklären, wie die Machtströmungen im Netzwerk verlaufen. Namentlich sind dies die Bereiche ‚Soziales‘, ‚Umwelt‘, und ‚Tierschutz‘. Zweifelsohne – und dies sei bereits an dieser Stelle angemerkt – liegt der Fokus der Interviewpartner der vorliegenden Arbeit hauptsächlich im Bereich Tierschutz.

## 7.1 Die Machtarena der sozialen Verantwortung

Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Experteninterviews geben Auskunft darüber, dass in diversen Bereichen der Schweinefleischproduktion unterschiedliche sozial fundierte Missstände gegenwärtig sind. Vornehmlich werden die Themenschwerpunkte „*mangelhafte Arbeitsverhältnisse*“ (Interview SPA 2) sowie „*Anzahl und Unterbringung der ausländischen Arbeitskräfte*“ (Interview SZV 3) genannt, die insbesondere in den Unternehmen der SZV-Stufe vorzufinden sind. In der Folge werden nicht selten die auβerwirtschaftlichen Ebenen (interessengeleitete sowie staatlich-politische Akteure) veranlasst, in Form unterschiedlicher Reaktionsmechanismen direkten Einfluss auf die Produktionskonfiguration zu nehmen, um somit den empfundenen Defiziten entgegenzuwirken (vgl. Interviews BE 7, BE 12, IA 3, LEH 2, SPA 1, SZV 3).

Nachfolgend wird anhand der obig benannten Themenfelder (und stellvertretend für die Gesamtheit aller genannten Missstände im Kontext sozialer Belange) das Zusammenspiel der unterschiedlichen Ebenen und Akteursgruppen näher beleuchtet, um so einen ersten Einblick in die bi- und multilateralen Machtbeziehungen zu erlangen.

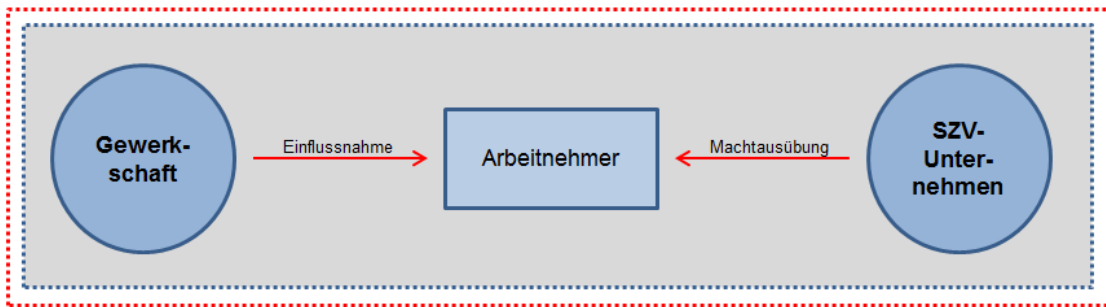
Eine für die Belange der sozialen Verantwortung bedeutende Akteursgruppe stellen die Gewerkschaften dar. Gewerkschaften sind Bestandteil der in der ökonomischen Sphäre operierenden Organisationen und dementsprechend den *interest groups* (vgl. Abbildung 18, S. 110) zuzuordnen. Im Produktionsnetzwerk Schwein bringen Ge-

werkschaften sich nach Aussagen der befragten Interviewpartner inhaltlich nur punktuell in spezifische sozio-ökonomische Themenbereiche ein und versuchen, an bestimmten Schnittstellen Einfluss auszuüben (vgl. Interviews IA 4, SPA 1). Im Wesentlichen können hierbei zwei Bereiche identifiziert werden, in denen Aktivitäten erkennbar sind: Zunächst liegen die gewerkschaftlichen Kompetenzen im Lebensmittelhandel, in dem vornehmlich die ‚Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft‘ (ver.di) ihre Verantwortlichkeit ausübt und als Interessenvertreter der gewerkschaftlich organisierten Arbeitnehmer auftritt. Dieser Bereich ist jedoch im Rahmen der vorliegenden Untersuchung von untergeordneter Bedeutung und fungiert eher als Begleiterscheinung, da die gewerkschaftlichen Aktivitäten in diesem Kontext so gut wie keine Auswirkungen auf die Konfiguration des Produktionsnetzwerks und die darin enthaltenen bi- und multilateralen Machtbeziehungen zwischen den einzelnen Akteuren haben. Daneben ist in den vergangenen Jahren insbesondere die SZV-Stufe in den Fokus gewerkschaftlicher Aktivitäten gerückt. Wesentliche Triebfeder ist in diesem Zusammenhang die ‚Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten‘ (NGG), deren Engagement hauptsächlich die Themen ‚Tarifvereinbarungen‘, ‚Fremdarbeitskräfte‘ und ‚Werkverträge‘ im Bereich der Fleischindustrie umfasst (vgl. Interviews IA 2, SPA 1, SZV 3).

*„Wenn es keine Strukturen gibt, müssen wir die Leute organisieren. Das ist auch so ein Macht-Ding: Wenn ich keine Mitglieder habe, brauche ich mich nicht vor das Tor zu stellen, um zu demonstrieren. Das sind die Zellen, die man entwickeln muss. Wir haben Zellen, die es schon seit Jahrzehnten gibt. Und wenn man das neu machen muss, ist das unheimlich schwierig. Also da, wo der Arbeitgeber dagegenhält, müssen die Leute schon ziemlich gute Nerven haben. Da wird oft Macht ausgeübt, indem die Leute beeinflusst und unter Druck gesetzt werden. Es gibt auch vorhandene Strukturen, bei denen man das Gefühl hat, dass die Leute geschmiert werden, damit sie den Mund halten“ (Interview IA 2).*

Dieses Zitat eines Gewerkschaftsvertreters verdeutlicht eine multilaterale Machtbeziehung, in der die Arbeitnehmer der SZV-Stufe das Zentrum eines Interessenkonfliktes zwischen den Gewerkschaften und den beteiligten Unternehmen der SZV-Stufe einnehmen (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 21 - Machtkonstellation: Gewerkschaft – Arbeitnehmer – SZV-Stufe



Quelle: eigene Darstellung.

Sowohl die gewerkschaftliche Seite als auch die Unternehmen der Fleischindustrie verfolgen eigene Interessen, die – zumindest in diesem Beispiel – divergieren:

Auf der einen Seite ist die SZV-Stufe darin bestrebt, den Aufbau (neuerer) gewerkschaftlicher Strukturen zu verhindern, da derartige Entwicklungen von den Verantwortlichen der Betriebe nicht selten als Hemmnisse der unternehmerischen Freiheit angesehen werden (vgl. Interviews IA 2, SZV 1, SZV 4). Die psychologische Perspektive liefert in diesem Zusammenhang einen Interpretationsansatz, der mit dem Begriff der ‚Machtausübung‘ (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 12 f.) erklärt wird. Das Motiv der SZV-Unternehmen liegt darin, vornehmlich die eigenen Interessen (z.B. Erhalt der unternehmerischen Freiheit) durchzusetzen, ohne die der Arbeitnehmer (z.B. mehr Mitsprache in betrieblichen Entscheidungen) in ausreichendem Maße zu berücksichtigen. Nach Einschätzung einiger Interviewpartner werden derartige Bestrebungen mit der Konsequenz verfolgt, dass die (gewerkschaftswilligen) Arbeitnehmer bewusst unter Druck gesetzt werden. Dieser kann – je nach Ausprägung – in unterschiedlichen Drohungen (bis hin zum Verlust des Arbeitsplatzes) münden (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 15 – ‚Bestrafungsmacht‘). Auf der anderen Seite wirken die gewerkschaftlichen Organisationen den Interessen der SZV-Stufe oftmals entgegen, indem sie versuchen, die Position der Arbeitnehmer in den Betrieben zu verbessern. Die Möglichkeiten der Gewerkschaften, Einfluss zu nehmen, sind vor allen Dingen davon abhängig, ob die in den SZV-Betrieben beschäftigten Arbeitnehmer überhaupt gewerkschaftlich organisiert sind. Da die gewerkschaftlichen Bestrebungen im Einklang mit den Zielen der Arbeitnehmer stehen (sollten), werden sie gemäß des psychologischen Machtverständnisses als ‚Einflussnahme‘ (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 12 f.) beschrieben (vgl. Interviews BE 9, BE 12, IA 5, SZV 4).

Im Kontext der sozialen Verantwortung ist innerhalb der einzelnen Produktionsabschnitte der SZV-Stufe, also zwischen Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung, zu

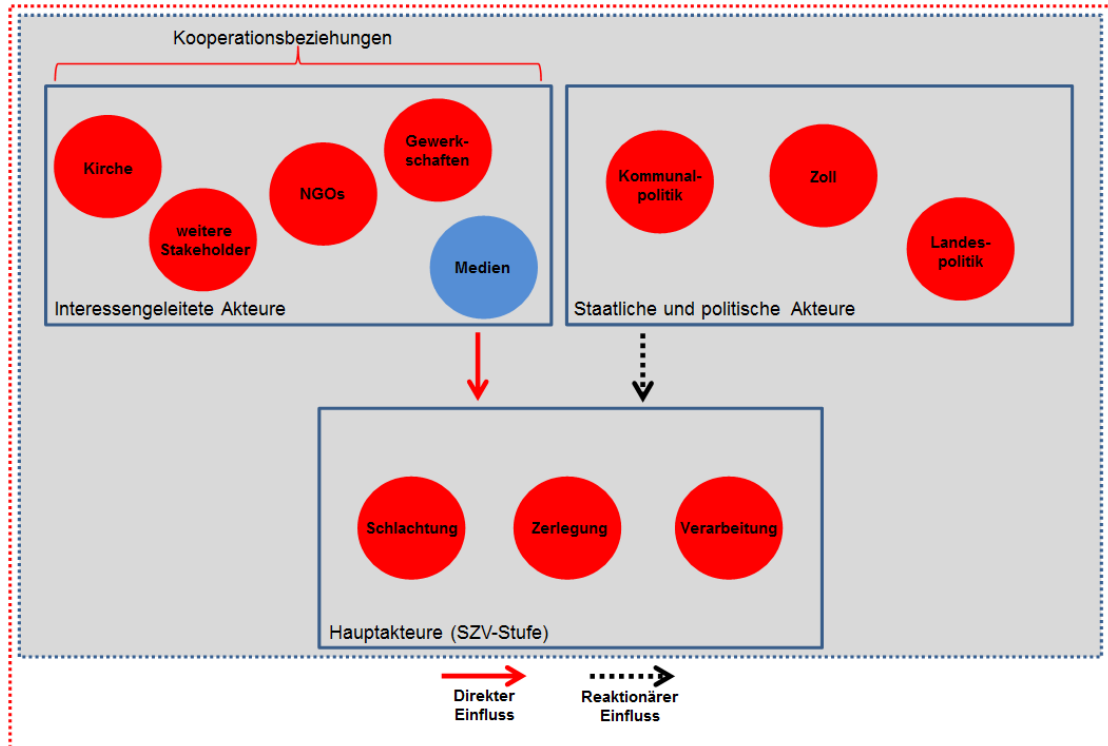
differenzieren. Schlachtunternehmen benötigen aufgrund immer höherer Technisierungsgrade bei gleichzeitig sinkender Rentabilität im Schlachtprozess (vgl. Kapitel 6.2.1, S. 148 f.) weniger qualifizierte Arbeitskräfte, die oftmals aus Billiglohnländern (z.B. Litauen, Rumänien) akquiriert werden. Die Anforderungen an die Arbeiterkolonnen im Bereich der Weiterverarbeitung hingegen sind aufgrund steigender Komplexitäten wesentlich größer, so dass höher qualifizierte Facharbeiter erforderlich sind. Diese Tendenzen münden darin, dass sich Schlachtung und weiterverarbeitende Betriebe (oder Betriebszweige) oftmals hinsichtlich ihrer Organisationsstruktur unterscheiden. Denn während in Schlachtbetrieben bis zu 80 Prozent aller Arbeitnehmer Leiharbeitsfirmen angehören und über Werkverträge verfügen, ist es in der Weiterverarbeitung nicht selten genau umgekehrt, so dass der überwiegende Anteil der Belegschaft zum Stammpersonal zählt und häufig auch gewerkschaftliche Strukturen aufweist. Branchenbeteiligte und Gewerkschaftsvertreter befürchten, dass die oben beschriebenen Strukturen aus dem Schlachtbereich sich künftig auch zunehmend in Richtung Weiterverarbeitung ausweiten (vgl. Interviews BE 6, IA 3, IA 5).

*„Das schlechte Image der gesamten [SZV-] Stufe resultiert überwiegend aus den Missständen im Bereich der Schlachtung und alle anderen müssen darunter leiden“* (Interview IA 2).

Dieses Zitat impliziert, dass die Themen im Kontext der *„(...) ausbeuterischen Arbeitsverhältnisse an deutschen Schlachthöfen (...)“* (WELT ONLINE 2013) vermehrt auch in den Fokus interessen geleiteter und staatlich-politischer Akteure geraten. Denn neben der (oftmals als unzureichend erachteten) Lohnhöhe verweisen unterschiedliche Medienberichte (vgl. z.B. KUNZE 2014) beispielsweise auf wenig attraktive Arbeitsbedingungen, unzureichend rechtlich-soziale Absicherung und Integration sowie einer nicht den gängigen Standards entsprechenden Unterbringung der zumeist ausländischen Leiharbeiter (WBA 2015: 167). Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Experteninterviews machen deutlich, dass insbesondere Gewerkschaften, die Kirche, NGOs und weitere Stakeholder, sich zusammenschließen, um Verbesserungen zu erwirken. Sie sind wesentliche Treiber in der Diskussion um die Beschäftigungsverhältnisse und die Politik geht – so die Einschätzung vieler Interviewpartner – (lediglich) als Reaktion auf die Forderungen ein und bezieht Stellung (vgl. Interviews BE 8, BE 9, IA 1, LEH 1, SPA 4, SZV 3). In diesem Kontext sieht ein jüngerer Gesetzesentwurf vor, die Möglichkeit zur Schließung von Werkverträgen o-

der die Beschäftigung unter Leiharbeit gänzlich zu verbieten (SPIEGEL ONLINE 2020b). Die nachfolgende Abbildung 22 verdeutlicht dies.

Abbildung 22 - Machtkonstellation: IA | SPA auf SZV



Quelle: eigene Darstellung.

Es ist zu konstatieren, dass kirchliche, gewerkschaftliche und andere Organisationen der interessengeleiteten Ebene ihre Position im Produktionsnetzwerk durch die Kooperation untereinander erheblich verbessert haben. Diese Erkenntnis entspricht auch den Vermutungen von KRÜGER (2001: 233 ff.), nach denen Interaktionen zwischen verschiedenen interessengeleiteten Akteuren dem Erreichen gemeinsamer Ziele dienen. Das beschriebene Phänomen, wonach durch Interaktion von Individuen oder Gruppen Macht ausgeübt und wesentliche Netzwerkbeziehungen verändert werden (hier: die Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Beziehung zwischen SZV-Stufe und – zumeist ausländischen – Beschäftigten), wird im Rahmen der vorliegenden Arbeit zum wiederholten Male deutlich (vgl. ALLEN 2003: 2; FRANZ 2011: 5; FRANZ 2013: 10). Die soziologische Perspektive erweitert dieses kommunale, gemeinschaftliche Verständnis in der Art, dass das Einflussvermögen dieser interessengeleiteten Akteure nur so lange existent ist, als die Kooperation tatsächlich Fortbestand hat (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 12 – ‚Macht in Gruppen‘). Das nachfolgende Zitat eines Gewerkschaftsvertreters bekräftigt diese Darstellung:

*„(...) gemeinsam mit anderen Organisationen haben wir es geschafft, den Druck auf die Schlachthöfe erheblich zu erhöhen. Ich habe allerdings das Gefühl, als sei die Geschlossenheit unter den beteiligten Organisationen ein zentraler Baustein des Erfolgs. Denn wenn wir diese Aktionen nicht gemeinsam vornehmen würden, stünde jeder für sich alleine und hätte wenig Chancen“ (Interview IA 2).*

In den unterschiedlichen Experteninterviews wird in unmissverständlicher Weise deutlich, dass nach Eigenwahrnehmung einiger interessengeleiteter Akteure die Verpflichtung besteht, sich einzubringen und sich der sozialen Verantwortung zu stellen (vgl. Interviews IA 1, IA 2, IA 3). Insbesondere durch die Teilhabe der unterschiedlichen kirchlichen Organisationen wird deutlich, dass sie selbst sich befugt sehen, *„(...) aktiv in die gesellschaftliche Diskussion über die Arbeitsverhältnisse in der Fleischindustrie“* (vgl. Interview IA 4) einzugreifen. Die psychologische Perspektive postuliert in diesem Kontext das Vorhandensein von ‚Macht durch Legitimation‘ (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 15). Die Kirche beschreibt sich selbst als *„(...) Wächter der Vernunft (...)“* (ibid.) und setzt somit auf der normativen Ebene an, um kollektive Ergebnisse in einem sozialen System (hier: Konfiguration der Produktion) mitzubestimmen (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 12).

*„Wir haben aus der Kooperation unterschiedlicher Organisationen angefangen, Arbeitskreise zu gründen. Da sitzen wir alle an einem Tisch und bearbeiten verschiedene Themen, zum Beispiel Werksverträge. Wir sind uns einig, dass wir etwas tun müssen, wir müssen uns kümmern. Es ist interessant, zu beobachten, dass die Kommunen sich auf einmal im Zugzwang sehen und die Verantwortlichen eigentlich keine andere Wahl hatten, als auf diesen Zug mit aufzuspringen. Der Arbeitgeberverband saß auf einmal auch mit im Boot und auch der Landkreis signalisierte schnell, sich künftig darum zu kümmern, dass Leute vernünftig untergebracht werden. Und so wird der Druck allmählich größer, wobei man auch immer am Ball bleiben muss. Hinzu kommt natürlich auch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, das ist ganz wichtig. Die Vernetzung mit den Presseleuten“ (Interview IA 3).*

In den letzten beiden Sätzen dieses Zitats werden die Rolle und die Bedeutung der unterschiedlichen Medien angesprochen. Aus der Kooperation der interessengeleiteten Akteure heraus nehmen die Medien eine Art ‚Transmitterfunktion‘ ein, da die gewünschten Inhalte in bewusster Weise kontrolliert, gesteuert (Terminierung) und



kommuniziert werden. Es wird eine strategische Vorgehensweise deutlich, in der die Medien (in Zusammenarbeit mit den oben benannten interessengeleiteten Akteuren) aktiv auf bestimmte gesellschaftliche Themeninhalte hinwirken und somit maßgeblichen Einfluss nehmen (vgl. Kapitel 2.1.3, S. 18 f.). Wie bereits durch das obige Zitat impliziert, besteht Grund zu der Annahme, dass die staatlich-politischen Akteure die durch die Medien lancierten Themen aufgreifen, indem diese Bereiche stärker kontrolliert und in Form gesetzgebender Reaktionen verstärkt bearbeitet werden. Somit kann – zumindest anhand dieses Beispiels – die ‚Dominanz-Dependenz-Theorie‘, in der eine Abhängigkeit der Politik zu den Medien unterstellt wird, bekräftigt werden (vgl. Kapitel 2.1.4, S. 23).

Nicht wenige Interviewpartner der SZV-Stufe begegnen dem in diesem Teilkapitel beschriebenen Thema der sozialen Verantwortung mit extrem relativierenden, sich erklärenden Positionen, die auf große Undurchsichtigkeiten (z.B. Zusammenarbeit mit Sub-Unternehmern) hindeuten (vgl. Interviews SZV 2, SZV 3, SZV 5).

Es besteht Einigkeit unter den befragten Experten, dass es ohne das Zutun der obig genannten, außerwirtschaftlichen Akteure und Organisationen (interessengeleitete und staatlich-politische Akteure) wahrscheinlich zu keiner Aufdeckung von Missständen innerhalb der Fleischindustrie gekommen wäre. Auch werden in der Retrospektive der Einfluss und der ausgeübte Druck dieser Stakeholder auf die wirtschaftlichen Akteure als bedeutende Größe wahrgenommen. Denn durch die öffentliche Kritik werden die betroffenen Akteure der SZV-Stufe zunehmend in die (soziale) Verantwortung gedrängt, die branchenspezifischen Missstände zu überwinden und nachhaltige Verbesserungen in den etablierten Organisationsstrukturen der Fleischwirtschaft herbeizuführen (vgl. Interviews BE 6, BE 12, IA 2, SPA 1).

## **7.2 Die Machtarena der umweltpolitischen Diskussion**

Der sich in den vergangenen Dekaden abzeichnende Bedeutungszuwachs von umweltrelevanten Themen im Produktionsnetzwerk Schwein wurde im Rahmen der vorliegenden Arbeit bereits an unterschiedlichen Stellen aufgegriffen (vgl. z.B. Kapitel 5.2 und 6.1.2). Zur Verdeutlichung dieses Themenfeldes verweist eine Vielzahl der befragten Interviewpartner immer wieder auf die Ebene der landwirtschaftlichen Urproduktion. Es wird davon berichtet, dass der öffentliche Druck insbesondere im Kontext landwirtschaftlicher Bauvorhaben (z.B. Stallneubauten) merklich zunimmt und

seit einigen Jahren vornehmlich in den Hochveredelungsregionen spürbar wird (vgl. Interviews BE 10, BE 12, IA 3, SZV 4; WBA 2015: 63).

Es bilden sich oftmals örtliche, professionell organisierte Bürgerinitiativen (*pressure groups*; vgl. Kapitel 5.2), welche in der Regel nicht willens und daran interessiert sind, direkt mit der landwirtschaftlichen Seite zu kommunizieren und einen Konsens zu finden<sup>78</sup>. So findet Kommunikation nur über den offiziellen, behördlichen Weg statt oder tritt beispielsweise in öffentlichen Konflikten, durch Unterschriftenaktionen oder Aufrufen zu Demonstrationen in Erscheinung. Die Dokumentation der unterschiedlichen Aktionen findet häufig in den sozialen Medien statt und die dabei aufgegriffenen Themen werden in „(...) *polemischer, oftmals nicht auf Tatsachen beruhender Art und Weise* (...)“ (Interview BE 11) verbreitet. Auch werden diese öffentlichkeitswirksamen Aktionen nicht selten von den lokalen Massenmedien (z.B. Zeitung, Fernsehen) aufgegriffen (vgl. Interviews BE 11, PE 1, SPA 4; Voss 2009: 80 f.).

Anhand dieses Beispiels wird eine zunehmende Verflechtung zwischen einzelnen NGOs und Teilen der Medienlandschaft deutlich. Denn durch diese spezielle Art der Öffentlichkeitsarbeit (bewusste Durchführung öffentlichkeitswirksamer Aktionen) seitens der *pressure groups* kommt es zu einer direkten Einflussnahme auf Journalismus und Medien. Die Kommunikationswissenschaften liefern in diesem Zusammenhang einen Erklärungsansatz, nach dem eine Abhängigkeit der Medien zu den *pressure groups* besteht, welche in der Art ausgestaltet ist, dass sogar die Inhalte und das Timing der Berichterstattung kontrolliert werden (vgl. Kapitel 2.1.3, S. 19 f. – ‚Determinationshypothese‘). Die Vorgehensweise der *pressure groups* kann als bewusste Strategie zur Beeinflussung der (gesamt-)gesellschaftlichen Meinungsbildung interpretiert werden.

Einige der betroffenen Landwirte empfinden das Vorgehen der *pressure groups* als „*ideologisch getrieben*“ (Interview PE 1), da im Laufe der Auseinandersetzungen nicht selten von der ursprünglichen Argumentation Abstand genommen wird und alternative, zielführendere Beweggründe angeführt werden (Interviews PE 1, PE 4, PE 5). Es wird berichtet, „*dass das Thema Feuerschutz so manches Mal als letzter Hebel genutzt wird, um große Projekte zu kippen*“ (Interview PE 5).

Im Zuge der durchgeführten Experteninterviews entsteht der Eindruck, dass die landwirtschaftliche Seite sich in einer Art Machtlosigkeit gegenüber dem Aktionismus

---

<sup>78</sup> Auf die Bedeutung der *pressure groups* wird nachfolgend in Kapitel 7.3.1 noch ausführlicher eingegangen werden, da ihr Einflussvermögen insbesondere im Zusammenhang mit Tierschutzaspekten deutlich wird.

der unterschiedlichen *pressure groups* sieht (vgl. Interviews PE 3, PE 4, PE 5). Einige Branchenbeobachter vermuten hinter der Organisation der *pressure groups* ein hohes Maß an informellen Kontakten, interpersonellen Seilschaften sowie intensiven Austausch in Richtung der staatlich-politischen Ebene im Produktionsnetzwerk (vgl. Interviews BE 5, BE 6, IA 4, SPA 3), wie das nachfolgende Zitat in markanter Weise zum Ausdruck bringt:

*„Weil wir eben auch ein ‚grünes‘ Landwirtschaftsministerium haben, glaube ich, dass die Bürgerinitiativen von Hannover aus gelenkt und mit Informationen gespickt werden. Die Initiatoren sind so dermaßen vernetzt und haben genaueste Informationen über ihre Gründungsvoraussetzungen, dass sie genau wissen, wie sie sich zu verhalten haben und wo man auch speziell ansetzen kann“* (Interview PE 1).

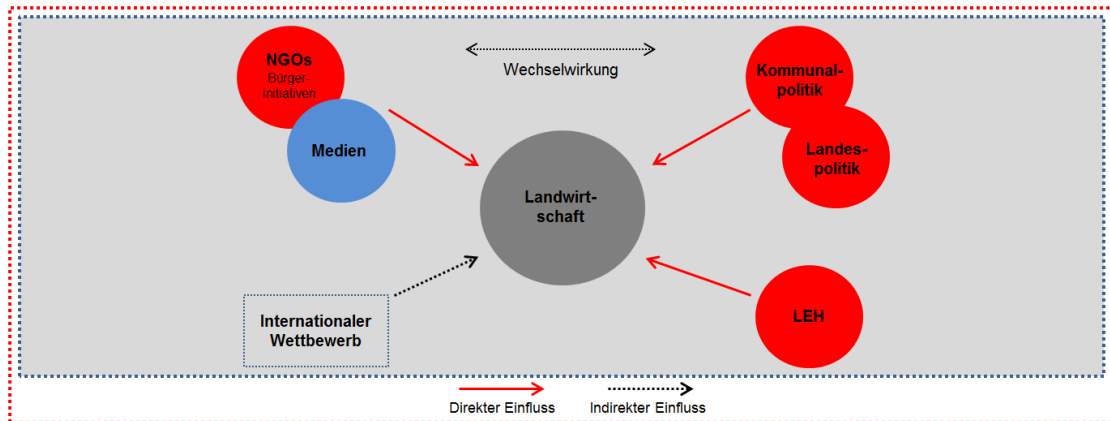
Dieses Zitat beschreibt Wechselwirkungen zwischen den interessengeleiteten und staatlich-politischen Ebenen. Nach Angaben eines Interviewpartners, welcher den staatlich-politischen Akteuren zuzuordnen ist, gestaltet sich die Lobbyarbeit der NGOs gegenüber den politischen Entscheidungsträgern als derartig effizient, dass selbige sogar aktiv an den Gesetzgebungsverfahren mitwirken (vgl. Interview SPA 1). Auch wird ein Beispiel herangezogen, in dem Amtsträger aus der Kommunalpolitik *„(...) nicht mehr frei in ihren Entscheidungen [hier: Planungsrecht im Kontext des novellierten Baugesetzbuches; vgl. Kapitel 5.3, S. 114] sind, mit bestem Wissen und Gewissen darüber zu befinden, ob ein 2000er Maststall genehmigt wird oder nicht, wenn 800 Leute mit Transparenten quasi dahinterstehen und demonstrieren“* (Interview SPA 1).

An dieser Stelle rückt erneut die Frage in den Fokus (vgl. Kapitel 2.1.4, S. 19 f.), wie die künftige (oder auch gegenwärtige) Rolle der Politik im Kontext unterschiedlicher Zielkonflikte zwischen diversen Akteuren innerhalb der politischen Arena zu bewerten ist (REUBER 2012: 29). Die von den Interviewpartnern zu diesem Themenbereich getätigten Aussagen vermitteln in einvernehmlicher Weise, dass die interessengeleiteten Akteure in wichtigen politischen, sozialen und ökonomischen Fragestellungen als zentrale Impulsgeber Einfluss auf die politischen Entscheidungsträger ausüben und hierbei insbesondere den *pressure groups* eine übergeordnete Position zukommt (vgl. Interviews BE 5, BE 6, IA 5, SPA 2, SPA 4). Seitens der landwirtschaftlichen Primärproduktion herrscht Unverständnis über die fehlende Handlungsfähigkeit der Politik, wenn es darum geht, die Einflussmöglichkeiten der interessengeleiteten Ak-

teure durch judikative Eingriffe – z.B. Rechtsprechung nach Stalleinbrüchen – zu limitieren (vgl. Interviews PE 1, PE 2, PE 3).

Die im bisherigen Verlauf dieses Teilkapitels beschriebenen bi- und multilateralen Machtkonstellationen sind in der nachfolgenden Abbildung 23 grafisch zusammengefasst.

Abbildung 23 - Machtkonstellation: umweltpolitische Einflussfaktoren auf die landwirtschaftliche Urproduktion



Quelle: eigene Darstellung.

Die umweltpolitischen Themenfelder im Produktionsnetzwerk Schwein sind nicht auf das Baurecht limitiert, sondern werden an dieser Stelle aufgrund der stark frequentierten Nennungen in den Experteninterviews beispielhaft angeführt. Vielmehr existiert eine Vielzahl an umweltpolitischen Rahmenbedingungen und gesetzlichen Verordnungen, welche die Produktionskonfiguration maßgeblich bestimmen (vgl. Kapitel 5.3, S. 112 ff.). In diesem Zusammenhang sind auch die Bedeutung des internationalen Wettbewerbs und das Einflussvermögen des (deutschen) LEH mit zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 23).

Die Relevanz des Exportgeschäfts für die gesamte deutsche Schweinefleischwirtschaft wurde bereits mehrfach diskutiert (vgl. Kapitel 5.1.3 und Kapitel 6.2.3). Zweifelsohne befinden sich die deutschen Exporteure in einem stark umkämpften internationalen Markt mit europäischen Wettbewerbern und Drittlandstaaten. Diese Ausgangssituation wird von einigen Interviewpartnern gedanklich mit der Gesamtheit der in Deutschland verpflichtenden, (umwelt-)politischen Rahmenbedingungen verknüpft: Während die hohen Produktionsstandards einen erheblichen monetären Mehraufwand bedeuten, kann ein Großteil der globalen Wettbewerber aufgrund geringerer Auflagen zu weitaus günstigeren Preisen produzieren. Darüber hinaus wird berichtet, dass die bedeutendsten Wettbewerbsnationen (v.a. Spanien, Brasilien, USA) gegen-

wärtig bestrebt sind, die eigene Schweinefleischproduktion auszuweiten. Aktuell ist die deutsche Exportwirtschaft durchaus in der Lage, die eigenen (Schweine-) Fleischprodukte erfolgreich im Weltmarkt zu platzieren und erfährt gemäß der beschriebenen Mehraufwendungen eine entsprechende Preiswürdigung. Allerdings wird die Gefahr gesehen, dass unter Berücksichtigung einer ansteigenden Weltbevölkerung und gleichzeitiger Ausweitung der globalen Schweinebestände das Preisniveau sinken und insbesondere das in Deutschland unter hohen Nachhaltigkeitsstandards produzierte Schweinefleisch für die landwirtschaftlichen Erzeuger nicht mehr auskömmlich sein wird (vgl. Interviews BE 9, BE 11, SPA 4, SZV 2).

*„Ich glaube persönlich, dass sich die globale Schweinefleischproduktion in den kommenden Jahren nicht gerade verbessern wird, zumindest was die Produktionsstandards betrifft. Unsere größten Wettbewerber im Drittland bauen wahnsinnige Strukturen auf und denen ist der Umweltschutz eigentlich ganz egal. Wenn eine neue Produktionsanlage gebaut werden soll, erfolgt dies auch mitten auf einer grünen Wiese, die hierzulande vielleicht sogar im Naturschutzgebiet liegen würde. Die deutsche Produktion wird künftig nicht mehr über Mengenwachstum überleben können, denn im Vergleich sind die Kostenstrukturen unserer Wettbewerber wesentlich besser“* (Interview SZV 2).

Unabhängig davon, ob diese von einigen Interviewpartnern prognostizierte, nachteilige Wettbewerbsposition tatsächlich eintreten wird, bleibt festzuhalten, dass die Vernetzung der globalen Schweinefleischproduktion wahrscheinlich in den kommenden Jahren weiter zunimmt. Damit einher geht auch die Vermutung, wonach der Einfluss der Zielländer im Export (vgl. Kapitel 6.2.3) und auch der Wettbewerber (indirekter Einfluss aufgrund der heterogenen Produktionsstandards) auf die hiesige Produktion ansteigt.

Im Kontext des (indirekten) Einflussvermögens durch den internationalen Wettbewerb und den damit verbundenen Planungsunsicherheiten für die deutsche Erzeugung ist die künftige Rolle des LEH für viele Interviewpartner schwer einzuschätzen. Damit ist gemeint, dass der LEH gegenwärtig aufgrund einer dezidierten Spezifikationspolitik (vgl. Kapitel 6.2.4) die vorgelagerten Wertschöpfungsstufen beeinflusst und erhebliche Rückwirkungseffekte bestehen, es ihn aber gleichzeitig nicht dazu verpflichtet, die Waren aus hiesiger Produktion auch tatsächlich abzunehmen (vgl. Interviews BE 2, BE 5, PE 4, VH 1).

Im Allgemeinen ist zu konstatieren, dass die umweltpolitischen Diskussionen mit Blick auf die deutsche Schweinefleischproduktion vielgestaltig und in einem Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen eingebettet sind. Während sich die entsprechenden Debatten von der regionalen bis hin zur globalen Maßstabsebene und über alle Ebenen im Produktionsnetzwerk (vgl. Abbildung 12, S. 88) erstrecken, wird anhand der durchgeführten Experteninterviews belegt, dass ein Großteil der umweltpolitischen Anforderungen und Standards insbesondere auf die grüne Erzeugerebene projiziert wird.

### 7.3 Die Machtarena im Kontext der Tierschutzdebatte

Die gesamte Nutztierhaltung sowie die Produktion von (Schweine-)Fleisch und Fleischzeugnissen stehen seit einigen Jahren vermehrt im kritischen Fokus der Gesellschaft (vgl. Kapitel 5.1.5). Die breite Kritik an der Nutztierhaltung und der Wunsch nach artgerechteren Produktionsbedingungen werden als ein mittlerweile internationales Themenfeld erachtet. Die bereits vor einigen Jahren in den Niederlanden geführte Diskussion um *animal welfare*, welche ihren Höhepunkt durch die Etablierung des *beter leven*-Labels erreichte, gilt als Ursprung dieser Evolution. Auch in anderen europäischen Staaten wird Tierwohl zunehmend thematisiert (z.B. Dänemark oder Schweden), so dass Branchenexperten gegenwärtig einen verstärkten internationalen Bedarf an unter hohen Tierschutz-Standards produzierten Fleisch und Fleischwaren feststellen und auch künftig eine gleichbleibende Entwicklung erwarten (vgl. Interviews BE 9, IA 1, IA 5). Im Allgemeinen herrscht in den Industrieländern ein großer Wettbewerbs- und Produktivitätsdruck, so dass vielfach Kompromisse zwischen den Anforderungen der Wirtschaftlichkeit und des Tierwohls gemacht werden. Zugleich steigen die Anforderungen der Gesellschaft an ethische Aspekte des Tierwohls (DEIMEL et al. 2010; SPILLER & SCHULZE 2008).

Es wird angenommen, dass (langfristig) eine nachhaltige Veränderung des globalen Fleischgeschäfts eintreten wird und die ethischen Aspekte des Tierwohls zu den zentralen Treibern der gesellschaftlichen Diskussion um die moderne Landwirtschaft gehören. In der Folge würde abermals ein Nachweis für die Multiskalarität des Produktionsnetzwerks Schwein erbracht (vgl. Interviews BE 6, BE 11, IA 1).

Durch die in diesem Teilkapitel behandelte Machtarena, welche sich in der Diskussion über unterschiedliche Tierschutzaspekte definiert, wird deutlich, dass alle Akteursebenen im Produktionsnetzwerk darin bestrebt sind, aktiv Einfluss auf die Ausgestaltung der Themeninhalte zu nehmen. So berichten beispielsweise einige Inter-

viewpartner von intensiven Bemühungen der Hauptakteure, durch einen engen Austausch mit der staatlich-politischen, aber auch der interessen geleiteten Akteursebene die Umsetzung der individuellen Interessen voranzutreiben (vgl. Interviews BE 9, BE 10, LEH 2, SZV 2, SZV 5). Die nachfolgenden Teilkapitel analysieren die zentralen Akteursgruppen jeder Ebene (‘Interessen geleitete Akteure’, ‘staatlich-politische Akteure’, ‘Hauptakteure’; vgl. Abbildung 12, S. 88) anhand ihres Einflussvermögens und ihrer Wirkungsweise im Kontext der Tierschutzdebatte.

### 7.3.1 Bedeutungszuwachs der *pressure groups*

Die Ebene der interessen geleiteten Akteure nimmt in den vielgestaltig und zugleich kontrovers geführten Diskussionen um Tierschutz maßgeblich Einfluss auf das gesamte Produktionsnetzwerk, so dass die von dieser Akteursebene ausgehende kollektive Macht für die Netzwerkkonfiguration von großer Bedeutung ist und den Ausgangspunkt weiterführender Betrachtungen bildet.

Das nachfolgende Zitat gibt stellvertretend für das Gros aller Interviewpartner Auskunft darüber, dass bestimmte NGOs zu den bedeutendsten Akteursgruppen im gesamten Netzwerk zählen, da sie erheblichen Anteil an der Aufdeckung von Missständen in der Produktion haben und dadurch nicht selten als Impulsgeber unterschiedlicher Diskussionen angesehen werden (vgl. Interviews BE 5, BE 8, IA 1, IA 3, LEH 1, LEH 3, SPA 3, SPA 4, SZV 5).

*„Die Triebfeder dieser ganzen Diskussion um Tierwohl sind immer entsprechende Lobbyisten aus den NGO-Lagern. Ganz vorne mit dabei sind Tierschutz- und Tierrechtsorganisationen“* (Interview IA 1).

Für ein besseres Verständnis ist es an dieser Stelle zielführend, die Besonderheiten der *pressure groups* (vgl. Kapitel 5.2) zu analysieren. Durch diese Vorgehensweise ist es möglich, die von ihnen ausgehenden Einflussfaktoren zu identifizieren und mit denen anderer Akteursgruppen zu verknüpfen, um ein ganzheitliches Bild über die bi- und multilateralen Machtkonstellationen zu erlangen.

Im Zuge der durchgeführten Experteninterviews wird deutlich, dass unter den Gesprächspartnern ein uneinheitliches Verständnis über die Charakteristika der unterschiedlichen *pressure groups* vorliegt. Ein wesentlicher Teil der befragten Experten erachtet die Gesamtheit der *pressure groups* als homogene Akteursgruppe im Produktionsnetzwerk, welche einer gleichen Überlegungsrichtung folgt und über „(...)

*Debatte und öffentlichkeitswirksame Aktionen Produktionsverhältnisse verändern will“* (Interview SZV 5). Es entsteht der Eindruck, als gäbe es zwischen den einzelnen Fraktionen, den Tierschutz- und Tierrechtsbewegungen, keine nennenswerten Unterschiede (vgl. Interviews BE 5, BE 11, VH 2, SPA 1). Demgegenüber vermitteln andere Gesprächspartner ein differenzierteres Verständnis, wonach es durchaus erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Akteuren gibt (vgl. Interviews BE 1, BE 2, LEH 2, SPA 1). Die Definition des WBA (2015) gewährleistet ein eindeutiges Verständnis über Tierschutz- beziehungsweise Tierrechtsorganisationen. Demnach grenzen sich diese beiden Bewegungen in ihrer Detailstruktur erheblich voneinander ab und verfolgen gemäß ihrem Selbstzweck unterschiedliche Ziele.

Tierschutzorganisationen akzeptieren die Nutztierhaltung zum Zwecke des Fleischverzehrs, ihr Kernziel liegt in einer nachhaltigen Umgestaltung der Produktionskonfiguration zur maßgeblichen Verbesserung des Tierwohls. Tierrechtsorganisationen hingegen vereinen weitreichendere Forderungen, indem sie zur Abschaffung der (Nutz-)Tierhaltung aufrufen und eine vegetarische/vegane Ernährung anstreben. Zwischen diesen beiden Gruppierungen existiert demnach ein deutlich sichtbares Spannungsverhältnis, was auf eine differierende ethische Legitimationsbasis zurückzuführen ist und sich vor allem durch eine unterschiedliche Radikalität der Forderungen im öffentlichen Raum äußert (WBA 2015: 61).

Zwischen den Tierschutz- und Tierrechtsorganisationen werden ungleiche Strategien und Verhaltensmuster sichtbar, mittels derer die angestrebten Ziele erreicht werden sollen. In diesem Kontext greifen einige Interviewpartner das Beispiel der Zusammenarbeit in der politischen Arena (hier: Kollaboration zwischen *pressure groups*, *interest groups*, Wirtschaftsakteuren, politischen Entscheidungsträgern) auf. Es wird deutlich, dass die Tierschutzbewegungen themen- und dialogorientiert arbeiten und sich in der Zusammenarbeit mit anderen Akteuren aus dem Produktionsnetzwerk durchaus kompromissbereit zeigen (vgl. Interviews BE 5, BE 6, BE 11, PE 1, SZV 3).

*„Da ist zum Beispiel der Deutsche Tierschutzbund, der sich dahin entwickelt hat, dass er fast unumstritten als seriöser Partner gesehen wird. Der nicht nur ideologisch, knallhart und ohne Wenn und Aber bestimmte Ziele verfolgt, sondern sich durchaus überzeugen lässt. Es gibt eine Bereitschaft zum Dialog und das ist doch der einzige Weg. Wir müssen doch eine gemeinsame Sachebene finden. Tierschutzorganisationen sind näher dran, näher an der Praxis. Auch fällt mir auf, dass sie wesentlich dauerhafter an den Themen dranbleiben“* (Interview BE 6).



Innerhalb der politischen Arena wird den Vertretern der Tierschutzbewegung ein fundiertes Fachwissen und praxisnahes Verständnis über die Produktionsinhalte der (Nutz-)Tierhaltung attestiert. Durch ihr Mitwirken in den unterschiedlichen Debatten hat sich in den vergangenen Jahren laut Expertenmeinung ein spürbarer Paradigmenwechsel vollzogen. Während in der Vergangenheit vornehmlich das zielgerichtete Erreichen der eigenen Vorstellungen im Fokus stand, zeichnet sich die Zusammenarbeit mit Tierschutzorganisationen gegenwärtig dadurch aus, einen gemeinsamen, praxistauglichen Konsens zur Verbesserung des Tierwohls unter ganzheitlicher Berücksichtigung von Folgeerscheinungen zu finden. Anhand der Experteninterviews wird deutlich, dass Tierschutzorganisationen sich bewusst in einen sachdienlichen Dialog mit anderen Akteuren der politischen Arena begeben und sich – zumindest in einigen Fragestellungen – mit ihnen verbünden. Infolge dieser Strategie haben es Tierschutzorganisationen zunehmend geschafft, ihr Einflussvermögen zu vergrößern (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 12 – ‚Macht in Gruppen‘) und sind als bedeutender Ansprechpartner für politische Institutionen und wirtschaftliche Vereinigungen (*interest groups*) etabliert (vgl. Interviews BE 5, SPA 1, SPA 2, IA 3, IA 4).

Im Gegensatz zu den Tierschützern treten Tierrechtsorganisationen (z.B. PETA) innerhalb der politischen Arena weitaus radikaler auf. Einige Experten berichten in diesem Zusammenhang von öffentlichkeitswirksamen Podiumsdiskussionen, in denen diverse Institutionen der Tierrechtsbewegung durchaus beteiligt sind, aber in stark militanter und kompromissloser Weise auftreten. Dies wird dadurch deutlich, dass sie die diskutierten Veränderungsvorschläge und angedachten Reformen nur dann unterstützen, wenn selbige auch weitestgehend mit den eigenen Vorstellungen übereinstimmen, wie das nachfolgende Zitat verdeutlicht (vgl. Interviews SPA 2, SPA 4, IA 2).

*„Die Zusammenarbeit mit den militant aufgestellten Tierrechtsgruppen ist unheimlich schwierig, es lohnt sich meistens nicht einmal, sich mit diesen Leuten zu unterhalten und auseinanderzusetzen. Denn dann müsste ich von vornherein bereit sein, zu sagen, alles, was mit Fleischverzehr zu tun hat, müsste verboten werden“* (Interview SPA 2).

Tierrechtler berichten über das Vorhandensein von „(...) *Splittergruppen innerhalb der Tierrechtsbewegung* (...)“ (Interview IA 5), die als Einzelkämpfer stark investigativ agieren und mittels unterschiedlicher Verhaltensmuster öffentlichen Druck ausüben (z.B. SOKO Tierschutz, ARIWA, Deutsches Tierschutzbüro, Die Tierfreunde). Diese

Kleinstgruppen sind räumlich im gesamten Bundesgebiet verteilt und dadurch sehr flexibel und handlungsfähig. Ihr Vorgehen ist nicht selten personenbezogen (*Name and Shame*), sie intendieren offene Konflikte und mobilisieren zu Protesten. Tierrechtsgruppen agieren oftmals nicht unbedingt auf einer Sachebene. Dies bedeutet, dass sie Themen aufgreifen, die – zumindest aus ihrer Sicht – in öffentlichen Kampagnen am besten darstellbar und zu transportieren sind. Es geht also weniger um die Relevanz der Inhalte (vgl. Interviews BE 2, BE 8, IA 3, IA 4).

Unabhängig der ideologischen Ausrichtung der jeweiligen Gruppierung beobachten zahlreiche Experten eine zunehmende Verschmelzung zwischen NGOs – und dabei insbesondere der *pressure groups* – sowie wesentlichen Teilen der Medienlandschaft. Dabei wird erwägt, dass der Umfang der redaktionellen Arbeit der Medien in unzureichendem Maß stattfindet (z.B. aufgrund der Schnelllebigkeit des Nachrichtenkonsums auf Social-Media-Plattformen) und zahlreiche durch NGOs veröffentlichte sowie teilweise direkt zugespilte Inhalte ungeprüft übernommen werden (vgl. Interviews BE 4, IA 2, SPA 2, SZV 2). Diese Expertenmeinung kann insofern nachempfunden und als valide erachtet werden, da große Teile der traditionellen Medienlandschaft (v.a. Zeitungen) in der jüngeren Vergangenheit einem deutlich spürbaren Transformationsprozess beziehungsweise Strukturwandel ausgesetzt sind. Dieser ist in der Art ausgestaltet, dass Redaktionen schrittweise verkleinert, zusammengelegt oder geschlossen werden und Arbeitsabläufe – gar über mehrere Zeitungsverlage hinweg – zentralisiert werden (SÜDDEUTSCHE ZEITUNG ONLINE 2020). Medienvertreter und Branchenexperten, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragt wurden, werten diese Entwicklung durchaus kritisch, da das journalistische Terrain zunehmend den PR-Abteilungen Dritter überlassen wird, und stellen die damit einhergehende und zwingend notwendige Objektivität in der Recherche infrage. Nach Aussage dieser Experten ist die Kollaboration teilweise so weitgehend und intensiv, dass investigative Maßnahmen – beispielsweise in Form illegal beschafften (Bild-)Materials – von unterschiedlichen Medienformaten in Auftrag gegeben werden<sup>79</sup>. Darüber hinaus berichten sie, dass die Aufwendungen der Öffentlichkeitsarbeit zwischen Wirtschaftsverbänden (*interest groups*) und Tierschutz- beziehungsweise Tierrechtsorganisationen (*pressure groups*) hinsichtlich der zur Verfügung stehenden Budgets zugunsten der Letzteren sehr stark differieren. Die zunehmende Symbiose zwischen unterschiedli-

---

<sup>79</sup> Allerdings hat sich nach Aussage eines Branchenexperten die Rechtsprechung in den vergangenen Jahren geändert. Es wird vor Gericht zunehmend hinterfragt, wie Missstände ermittelt werden und woher bestimmtes Film- oder Fotomaterial stammt (vgl. Interview BE 10).

chen NGOs und der Medienlandschaft begründet sich demnach sowohl inhaltlich als auch monetär (vgl. Interviews BE 5, BE 8, BE 11, IA 1, IA 5). Die an diesem Beispiel verdeutlichte, teilweise Transmission der medialen Aktivität ist, wie schon im vorherigen Teilkapitel beschrieben (vgl. Kapitel 7.2, S. 194), ein weiteres Indiz für die in der theoretischen Fundierung diskutierte ‚Determinationshypothese‘ (vgl. Kapitel 2.1.3, S. 16 ff.).

*„Nach meinem Empfinden haben die NGOs ja in der breiten Öffentlichkeit eine extrem positive Reputation. Ihr Image gleicht dem eines Heilsbringers, der immerzu gegen das Böse kämpft, David gegen Goliath quasi. Selbst Tageszeitungen argumentieren oftmals, gerade wenn es um kritische Themen in der Landwirtschaft geht, mit der Meinung von NABU, BUND und wie sie alle heißen. Ich finde diese Art der Zusammenarbeit problematisch, da die Macht und das Einflussvermögen der NGOs immer größer werden. Das erhöht den Druck auf EU-Politik, Bundes- und Landespolitik und gar Kommunalpolitik. Das ist sozusagen der Erfolg dieser Einzelberichterstattung, da die Politik gezwungen wird, sich zu den veröffentlichten Bildern und Berichten zu positionieren“ (Interview SPA 2).*

Neben der zunehmenden Verschmelzung zwischen NGOs und der Medienlandschaft berichten Experten auch von strategischen Partnerschaften, die ‚pressure groups‘ und einige Vertreter der Hauptakteure eingehen. Exemplarisch schließen Unternehmen aus dem Lebensmittelhandel Lizenzverträge mit Tierschutzorganisationen, um in der öffentlichen Wahrnehmung glaubwürdiger zu erscheinen. Für den Konsumenten wird das Logo der entsprechenden NGO dann beispielsweise auf den Produktverpackungen der Handelsmarke sichtbar. Wichtig zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, dass die unterschiedlichen NGOs – und zwar unabhängig ihrer normativen Ausgestaltung (Tierschutz- oder Tierrechtsbewegung) – in einer permanenten Spendenkonkurrenz zueinander stehen und strategische Partnerschaften eine probate Möglichkeit darstellen, die eigene finanzielle Situation zu stärken (vgl. Interviews BE 6, IA 3, LEH 2, SZV 5). Analog zu der obig beschriebenen Symbiose mit den Medien kann diese Form des Spendenmarketings als taktisch kluge und zugleich öffentlichkeitswirksame PR-Maßnahme erachtet werden (vgl. Kapitel 2.1.3, S. 16 ff. – ‚Macht durch Kommunikation‘). Auffällig ist, dass diese Form der Zusammenarbeit vornehmlich mit den *network flagships* (vgl. Kapitel 6.4, S. 183 ff.), also den einflussreichsten Unternehmen und Akteuren aus SZV- und LEH-Stufe, stattfindet.

„(...) Es geht hier für mich um die Erpressbarkeit des Handels durch die obere [interessengeleitete] Ebene. Der Handel agiert ja nicht, weil Verbraucher vor der Theke stehen und sagen, ich muss endlich mal veganes Futter haben. Die haben nur Angst, von den NGOs attackiert zu werden. Nehmen Sie das Beispiel Wiesenhof: Die werden wieder bei REWE gelistet unter Vorgabe einer Übereinkunft mit PETA. Die haben das Übereinkommen vorgelegt und drei Stunden später waren sie wieder gelistet. Können Sie sich vorstellen, was der Weißjohann zu Hause gedacht haben muss, dass er quasi gezwungen wird, Burgfrieden mit PETA zu schließen, um wieder eingelistet zu werden. Und das ist doch bei Schweinefleisch genauso. Es geht nicht um den Verbraucher, Null, es geht nur um die Erpressbarkeit und die NGOs und die Medien“ (Interview SZV 5).

Bei manchen NGOs stellt sich die Frage, ob tatsächlich eine sachdienliche Verbesserung bestimmter Tierschutzinhalte im Fokus steht oder ob wirtschaftliche Hintergründe ausschlaggebend sind. Branchenexperten verweisen in diesem Zusammenhang darauf, dass die thematische Ausrichtung einiger *pressure groups* teilweise von unterschiedlichen exogenen Entwicklungen abhängig ist. Beispielhaft hierfür sind „(...) der durch Fukushima ausgelöste Wandel in der weltweiten Atompolitik und die im Anschluss daran verstärkten Bemühungen im Bereich der Erneuerbaren Energien“ (Interview IA 3) – insbesondere innerhalb der EU. Es wird berichtet, dass durch eine Veränderung des gesellschaftlich-medialen *Mainstreams* die von den *pressure groups* bis dato bearbeiteten Themen zunehmend an Bedeutung verloren haben. Vor diesem Hintergrund geben Insiderinformationen Auskunft darüber, dass einige Umwelt- und Naturschutzinitiatoren ihre Aktivitäten auf neue Bereiche konzentrieren und die Nutztierhaltung als sinnvolles Folgethema erachten. Diese Entwicklung steht in einem direkten kausalen Zusammenhang mit der bereits beschriebenen Neugründung weiterer *pressure groups* im gesamten Produktionsnetzwerk (vgl. Kapitel 5.2, S. 111). Allerdings wird auch die Vermutung geäußert, dass es sich dabei weniger um Neugründungen handelt, sondern vielmehr um im Zuge inhaltlicher Nejustierungen vorgenommener Umfirmierungen (vgl. Interviews BE 2, BE 7, BE 8, IA 1, IA 2, IA 3, SPA 3).

### **7.3.2 Verlust des staatlich-politischen Einflussvermögens**

Im vorherigen Teilkapitel wurden die von der Ebene der interessengeleiteten Akteure ausgehenden Machtkonstellationen am Beispiel der Tierschutzdebatte aufgezeigt und diskutiert. Nachfolgend richtet sich der Blick auf die staatlich-politischen Akteure.

Die Bedeutung der unterschiedlichen NGOs – und dabei insbesondere die der *pressure groups* – für das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein wurde im Ergebnisteil der vorliegenden Arbeit bereits an unterschiedlichen Stellen verdeutlicht. Zu konstatieren ist, dass die Präsenz dieser Akteursgruppe in den vergangenen Jahren erheblich zugenommen hat und deren Ziel, Verhaltensänderungen von staatlich-politischen Akteuren und gewinnorientierten Unternehmen zu erwirken (vgl. Kapitel 5.2, S. 111), erreicht werden konnte (vgl. Interviews BE 4, BE 10, IA 4, SPA 1). Einige der im Rahmen der vorliegenden Arbeit interviewten Experten befürchteten und warnen gleichzeitig davor, dass durch die radikale Vorgehensweise der Tierrechtsorganisationen langfristig die Produktion tierischer Erzeugnisse in das Ausland abwandern könnte. Denn sie erachten mit Blick auf die gegenwärtigen Verzehrsgewohnheiten – 75,1 Prozent der Bevölkerung zählen laut WBA-Studie zu den ‚unbekümmerten Fleischessern‘ (WBA 2015: 73 f.) – den vollkommene Verzicht auf Fleisch- und Fleischprodukte als absurd. In der Folge ist davon auszugehen, dass die Nachfrage durch im Ausland unter weitaus geringeren Produktionsstandards hergestellte Fleischwarenimporte kompensiert würde (vgl. Interviews BE 1, BE 6, BE 11, IA 4).

Laut Expertenmeinung stimmen sich Parteien und *pressure groups* hinsichtlich tier-schutzrelevanter Themen arbeitsteilig ab und entwickeln gemeinsame Strategien. Zum einen – und dies darf als allgemeingültiges Charakteristikum vermerkt werden – verfolgt jede Partei das Ziel, große Teile der Wählerschaft für sich zu gewinnen und die eigene Machtbildung im politischen Gesamtsystem zu steigern. Zum anderen sind auch die *pressure groups* darin bestrebt, ihr Einflussvermögen zu vergrößern und sich als „(...) *Sparringspartner ideologisch gleichgesinnter Parteien* (...)“ (Interview SPA 3) langfristig innerhalb der politischen Arena zu etablieren (vgl. Interviews BE 7, IA 2, SPA 3, SZV 2).

*„Die Themen um Tierwohl sind heutzutage zentraler Bestandteil in jedem Regierungsprogramm und längst nicht mehr nur bei den grünen Parteien. Den Politikern geht es doch in Wirklichkeit gar nicht um inhaltliche Veränderungen im Tierschutz. Es geht ihnen darum, unmittelbar vor den Bundes- oder Landtagswahlen die passenden Punkte anzusprechen, damit der Wähler sein Kreuz auch an der richtigen Stelle setzt. Und mit Tierschutzthemen kann man Wählerstimmen gewinnen. In der Politik ist nicht der Verbraucher entscheidend, der kauft, sondern der Verbraucher, der eine Meinung hat. Und mit dieser Meinung geht er in die Wahlkabine“* (Interview SPA 3).

Es ist nicht selten der Fall, dass die Parteien in ihrer Tätigkeit von quasi allen NGOs unterstützt werden. Verstärkt vorzufinden ist diese Art der Kollaboration unmittelbar vor und nach wichtigen politischen Ereignissen (z.B. Wahlen). Dabei leisten die NGOs für die Parteien einen wichtigen Beitrag in der Themenbenennung sowie -ausarbeitung und betätigen sich mittels sorgfältiger PR-Strategien in der kommunikativen Weiterleitung der Inhalte. Insiderinformationen geben Auskunft darüber, dass insbesondere die *pressure groups* – und zwar unabhängig davon, ob es sich um Tierschutz- oder Tierrechtsorganisationen handelt – in besonders radikaler Weise die Umsetzung der gemeinsam definierten Tierschutz-Leitlinien einfordern und drohen bei Nichterfüllung mit öffentlichkeitswirksamen Konsequenzen. Diese von den *pressure groups* initiierte Drohkulisse wird von einigen Parteifunktionären nicht selten im Kontext von parteiinternen Kontroversen argumentativ genutzt, um die (Nicht-) Weiterverfolgung von Themen anzustreben (vgl. Interviews BE 2, IA 5). Anhand dieses Beispiels wird deutlich, dass die verdeckte Einflussnahme der NGOs auf die Parteienlandschaft als zentrale Akteure der staatlich-politischen Ebene von großer, machtvoller Bedeutung ist. Zweifelsohne ist in der beschriebenen Zusammenarbeit wenig partnerschaftliches Miteinander erkennbar, da die NGOs die inhaltliche Ausgestaltung der Themen zu jeder Zeit kontrollieren und steuern. Folglich kann ihnen in der Beziehung zu den Parteien und anderen politischen Institutionen eine deutliche Dominanz zugesprochen werden. Vor Hintergrund der Arbeiten von FRENCH und RAVEN (1959), welche in der theoretischen Fundierung erläutert wurden, wird diese Form der Machtausübung als ‚Bestrafungsmacht‘ bezeichnet (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 15 – ‚Machtbasen-Konzept‘). Aus den Experteninterviews geht hervor, dass sich in den vergangenen Jahren ein Wechsel in den Verhaltensmustern abgezeichnet hat, welcher sich zugunsten der staatlich-politischen Akteure auswirkt. Waren die *pressure groups* früher wenig kooperationsbereit und eher feindselig agierend, erkennen sie aktuell, dass die eigenen Ziele ohne Zusammenarbeit mit den formell-politisch und demokratisch legitimierte Akteuren der politischen Arena schwer zu realisieren sind (vgl. Interviews IA 1, SPA 4).

*Interest groups* kommen ihren Aufgaben der politischen Interessenvertretung für die Ebene der Hauptakteure (vgl. Kapitel 5.2) nach und haben in den vergangenen Jahren ihre Position als wichtiger Ansprechpartner und Wissensgeber für die politischen Entscheidungsträger ausgebaut. Somit haben auch sie einen Bedeutungszuwachs innerhalb der politischen Arena erfahren (vgl. Interviews BE 9, SPA 2, SPA 4). Viele Vertreter der Hauptakteure erachten die Einflussnahme der Wirtschaftsverbände als ein zentrales Element (vgl. Interviews PE 3, SZV 3, SZV 4, VH 1). Auch werden sie

von einigen Vertretern der staatlich-politischen Ebene (vgl. Interviews SPA 1, SPA 2, SPA 3) als wichtige Netzwerkpartner geschätzt, da sie aufgrund von Fachwissen und ihrer Praxisnähe oftmals abschätzen können, ob entsprechende gesetzliche Änderungen in den Betrieben überhaupt umsetzbar sind (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 15 f. – ‚Expertenmacht‘).

Es wird kritisiert, dass die Bundes- und Landesregierungen mit Blick auf die tierschutzrelevante Gesetzgebung kaum in der Lage sind, einen ganzheitlichen Ansatz unter Berücksichtigung einer Folgenabschätzung zu erwirken – und das, obwohl die EU für die Umsetzung der Richtlinien immer gewissen Spielraum lässt. Es kommt nicht selten zu einer „(...) Überakzentuierung gewisser Nachhaltigkeitsthemen und erheblichen Schnellschüssen“ (Interview SZV 3). Nicht eindeutig geklärt ist anhand dieser Aussage, ob die oftmals ausbleibende Folgenabschätzung bei der Implementierung und Anpassung der Gesetze aus kurzfristigen Forderungen und Drohungen seitens der NGOs resultieren oder ob im Einzelfall umgehende Veränderungsprozesse in Richtung der Wählerschaft signalisiert werden sollen. Einige der im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragten Experten erachten einen Wettbewerb der Landesregierungen in den unterschiedlichen Bundesländern als Hauptursache für die Undurchsichtigkeit der Gesetzgebung und voreilige Entscheidungen (vgl. Interviews BE 2, IA 3, SPA 1, SPA 2, SPA 3).

*„Der Wettbewerb auf landespolitischer Ebene ist von vielen Einzelerklärungen und Alleingängen gekennzeichnet. Jeder Politiker, jede Partei und jede Regierung will sich in irgendeiner Form absetzen – und dies wurde lange Zeit unterschätzt. Zwischen Niedersachsen und NRW geht es schon immer ganz gut ab: Der eine legt vor und der andere zieht umgehend nach. In der strategischen Grundhaltung sind die sich schon einig, aber jeder will den anderen noch übertrumpfen. Das Zusammenspiel der verschiedenen Einheiten in der Politik zerbricht ein Stückweit auch an unserem Föderalismus, was ich sehr bedaure. Jeder will größer, schneller, weiter sein als der andere. Und dabei geht es immer weniger um die Inhalte, sondern darum, die beste Schlagzeile zu bekommen“ (Interview SPA 2).*

Die in diesem Teilkapitel elaborierten Erkenntnisse über die Machtkonstellation auf der staatlich-politischen Ebene ist für das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein von großer Bedeutung. Denn nicht zuletzt die Bearbeitung wichtiger Fragestellungen um Governance (z.B. Anordnung der Nutztierhaltung oder Organisation der Produktion tierischer Lebensmittel), die ebenfalls auf zentrale tierschutzrelevante Implikationen

abzielt, ist organisatorisch auf dieser Ebene im Netzwerk verortet. ALTVATER und BRUNNENGRÄBER (2002: 8) postulieren eine Delegitimierung von Politik als Ergebnis eines politischen, sozialen und ökonomischen Vergesellschaftungsdefizits. Die Erkenntnisse der vorliegenden Arbeit knüpfen unmittelbar daran an, da die staatlich-politische Akteursebene große Teile ihres Einflussvermögens auf das Produktionsnetzwerk verloren hat und das gesamte Machtgefüge innerhalb der politischen Arena inzwischen auch verstärkt von unterschiedlichen NGOs erschlossen wurde.

### **7.3.3 Streben nach Akzeptanz – die Ambitionen der Hauptakteure**

*„Die gesamte Nutztierhaltung wurde in den vergangenen Jahren öffentlich massiv an den Pranger gestellt. Daran sind wir mit Sicherheit auch etwas selbst schuld, weil wir uns in die Produktion geflüchtet haben und meinten, dass die gesellschaftliche Akzeptanz unseres Tuns vielleicht nicht mehr ganz so wichtig wäre. Dabei haben wir außer Acht gelassen, dass der Produktionsbereich eben nicht beim Landwirt, beim Viehhändler, beim Schlachthof oder beim LEH endet, sondern auch den Konsumenten und die Gesellschaft umfasst. Und da müssen wir, denke ich, ganz erheblich nacharbeiten. Es wäre bereits vor einigen Jahren wichtig gewesen, dem Verbraucher diesen Wandel von der landwirtschaftlich-bäuerlichen Produktion in eine industrielle Produktion nahezubringen“ (Interview PE 2).*

In diesem einleitenden Zitat wird angemerkt, dass mehr oder minder alle Wirtschaftsakteure der (Schweinefleisch-)Kette es bisher versäumt haben, sich einer zunehmend kritischer werdenden Öffentlichkeit und den damit einhergehenden Herausforderungen zu stellen. Anders gesagt trifft das auch medial vermittelte Scheinwerferlicht auf eine Branche, welche in der Vergangenheit wenig bis gar nicht im Umgang mit kritischen Anspruchsgruppen geprüft wurde und eher öffentlichkeitsfern agiert (PFRIEM et al. 2012: 13; WBA 2015: 62 ff.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 195; vgl. KAYSER et al. 2011).

Zwischen den meisten Interviewpartnern, die den Hauptakteuren zuzuordnen sind und somit innerhalb des Produktionsnetzwerks zu den wirtschaftlichen Akteuren zählen, ist ein vornehmlich homogenes Meinungsbild erkennbar. Darin wird – wie in dem obigen Zitat geschildert – beschrieben, dass der vermeintlichen Entfremdung der Gesellschaft eine mangelnde Kommunikation über die Produktionsinhalte vorausgegangen ist (vgl. Interviews LEH 3, PE 1, PE 2, SZV 1, SZV 3, SZV 4, VH 2). Demgegenüber vermuten einige der interessengeleiteten Akteure, dass ein gesellschaftliches Umdenken durch kommunikative und einbeziehende Maßnahmen vielleicht verzögert



worden wäre, aber nicht gänzlich hätte verhindert werden können (vgl. Interviews IA 1, IA 3). Zudem haben sich die meisten Verbraucher heute von der Landwirtschaft entfremdet. So stützt sich die öffentliche Kritik häufig auf medial geprägte Vorstellungen von der Nutztierhaltung. Mit Blick auf die Tierwohldebatte ist die Erwartungshaltung der Gesellschaft vornehmlich dahingehend, dass Platz- und Bewegungsangebot erhöht und eine Reduktion des Medikamenteneinsatzes erwirkt werden soll. Daneben werden in diesem Zusammenhang die Betriebsgröße („Agrarindustrie“) und das Fehlen einer emotionalen Beziehung („Fürsorge“) zum Tier oftmals diskutiert. Aber auch außerhalb der Vorstellungen zum Tierwohl sind erheblich konfliktäre Zusammenhänge bekannt. So stoßen vor allem Tierhaltungs- und Schlachtbetriebe immer wieder auf Einschränkungen ihres unternehmerischen Spielraums (WBA 2015: 70; WILKING 2015: 54; vgl. Kapitel 7.2 – „Bürgerinitiativen“).

Der beschriebene Wandel in der Gesellschaft beeinflusst für alle Unternehmen der Branche die Rahmenbedingungen und das Wettbewerbsumfeld in erheblichem Maße. In der jüngeren Vergangenheit werden diese Herausforderungen seitens der Hauptakteure zunehmend erkannt und große Teile der (Schweine-)Fleischwirtschaft entwickeln erste Projekte und Initiativen, um eine größere Akzeptanz zu erreichen. Diese sind dadurch gekennzeichnet, dass Unternehmen ihre Produktionsinhalte überdenken und vermehrt differenzierte, regionale oder vertrauensstärkende (Fleischerzeugungs-)Programme implementieren. In diesem Zusammenhang drängen zunehmend auch verschiedene Tierschutz-Initiativen auf den Markt. Ein prominentes Beispiel ist das „Tierschutzlabel“ vom Deutschen Tierschutzbund e.V. (DTB). Gegenwärtig am stärksten diskutiert ist allerdings die „Initiative Tierwohl“ (ITW), welche gemeinsam von Landwirtschaft, Fleischindustrie sowie LEH initiiert wurde und zum ersten Mal auch die außerwirtschaftlichen Akteure – die interessengeleitete beziehungsweise staatlich-politische Ebenen – mit einbezieht<sup>80</sup>. Das Ziel der Initiative besteht darin, ein erhöhtes Maß an Tierwohl zu erreichen, welches über die gesetzlichen Standards hinausgeht (EFKEN et al. 2015: 72; PFRIEM et al. 2012: 13; WBA 2015: 62 ff.; WESTPHAL & SÖLTL 2015: 195). Im Vorfeld der Überlegungen dieser Initiative wurde die Bereitschaft der Landwirte, produktionsverändernde Maßnahmen ein-

---

<sup>80</sup> Die Koexistenz der unterschiedlichen Maßnahmen wird von einigen Interviewpartnern als verwirrend und wenig zielführend erachtet – vor allem mit Blick auf die Verbraucher (vgl. Interviews BE1, IA 3, SZV 4). Das Vorhandensein dieser zahlreichen Aktivitäten ist mitunter als marktgeistisches Verhalten einiger Akteure zu interpretieren. Denn diese „Alleingänge“ werden oftmals als geeignete Möglichkeit gesehen, sich von der Konkurrenz abzuheben, da trotz oftmals gleicher Stufenzugehörigkeit und ähnlicher Herausforderungen im Markt die Akteure zueinander im Wettbewerb stehen (vgl. Interviews BE 8, SZV 3).

leiten zu wollen, unterschätzt. In der Folge kann nur etwa die Hälfte aller interessierten Landwirte an der ITW teilnehmen (Losverfahren). Einerseits wird die eingetretene Entwicklung, in der selbst veränderungswilligen Landwirten die Teilnahme an der Initiative verwehrt ist, als ein positives Zeichen erachtet. Denn die Branche signalisiert, dass sie durchaus zu Veränderungen bereit ist, sofern die Umsetzung auch monetär gewürdigt wird. Andererseits herrscht bei einigen Branchenexperten Unverständnis darüber, dass erhöhte Tierwohl-Standards nicht selbstverständlich sind, sondern in einer entsprechenden Initiative monetär motiviert sind. Damit einhergehend wird künftig ein großer Vertrauensverlust erwartet, insbesondere im Bereich der landwirtschaftlichen Primärproduktion (vgl. Interviews BE 5, BE 10, LEH 3, SPA 2). Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Experteninterviews geben Grund zu der Annahme, dass die ITW als eine in sich geschlossene Arena zahlreicher Machtkämpfe zwischen Vertretern unterschiedlicher Akteursebenen gesehen werden kann (vgl. Interviews BE 4, BE 6, IA 2, SPA 2, SZV 3, SZV 5). Diese Vermutung liefert die Begründung dafür, die tatsächliche Ausprägung der implizierten Machtkämpfe an dieser Stelle aufzuzeigen.

Die ITW sieht vor, in breit angelegten Diskussionsrunden alle Stakeholder im Produktionsnetzwerk mit einzubeziehen und somit die Verantwortung für diesen wichtigen Themenkomplex zur Verbesserung des Tierwohls in der (Schweine-)Fleischwirtschaft auf breite Schultern zu stellen. Unmittelbar nach der Gründung der ITW wurde deutlich, dass der Druck auf die gesamte Produktion erheblich geringer war als zuvor, „(...) weil auf einmal alle mit in einem Boot sitzen“ (Interview SZV 2). Viele der befragten Experten erachten die ITW als eine durchaus geeignete Maßnahme, da es bisher nie gelungen ist, Akteure stufenübergreifend und jenseits der im Rahmen der vorliegenden Arbeit definierten Akteursebenen zusammenzuführen (vgl. Interviews BE 2, IA 5, PE 1, SPA 3). Gründungsinitiatoren (vgl. Interviews LEH 1, SZV 4) schildern, dass die Zusammenführung der Akteure vermeintlich unkompliziert verlief, wobei einige NGOs – sowohl aus den Lagern der *pressure groups* als auch der *interest groups* – für sich selbst eine exklusive Teilnahme an der Initiative beansprucht haben. Diese Feststellung ist darauf zurückzuführen, dass viele NGOs hinsichtlich der zu bearbeitenden Themeninhalte um Alleinstellungsmerkmale ringen und im Wettkampf mit anderen nach exklusiver medialer Präsenz streben. Aus diesem Grund wurden insbesondere zu Beginn der ITW, aber auch im weiteren Verlauf der Initiative, vereinzelt Machtkämpfe ausgetragen. Retrospektiv erachten Vertreter der beteiligten NGOs diesen Sachverhalt als wenig zuträglich, da durch eine enge Zusammenarbeit Machtpotentiale hätten generiert werden können (vgl. Kapitel 2.1.1, S. 12 – „Macht in Grup-

pen'). Andere hingegen berichten, dass Kooperationen mit anderen Gruppierungen per se abgelehnt werden (vgl. Interviews BE 6, IA 2, IA 4). Das Taktieren um die Wahrnehmung setzte sich im weiteren Verlauf der ITW vor allem in den Verhandlungen über die Ausgestaltung der Richtlinien fort. Dabei wurde deutlich, dass bezüglich der Themeninhalte eine hohe Heterogenität zwischen den unterschiedlichen NGOs herrscht und nicht immer auf einer Sachebene diskutiert wurde. Denn auch hier ist offensichtlich die (bestenfalls alleinige) mediale Aufmerksamkeit prioritär – und zwar unabhängig von den Inhalten (vgl. Interviews BE 3, SZV 4).

Dass insbesondere die Tierschutzfraktion wesentlich stärker auf den politischen Austauschplattformen – und als solche darf die ITW angesehen werden – agiert, wurde bereits beschrieben (vgl. Kapitel 7.3.1, S. 199 ff.). Diverse Tierschutzorganisationen sind auch in den Beiräten der ITW vertreten und ihr Einflussvermögen ist für die gesamte Initiative von großer Bedeutung, wie das nachfolgende Zitat belegt.

*„Auch wenn laut Satzung die NGOs im Rahmen der ITW lediglich in den Beiräten sitzen, sind ihr Einflussvermögen und die Strahlkraft ihrer Argumentation immens und reichen bis in die einzelnen Projektgruppen hinein. Denn jeder hat Angst, von den NGOs attackiert zu werden“* (Interview BE 11).

Im Rahmen der ITW wird nach Expertenmeinung ein wiederkehrendes Strategiemuster seitens der *pressure groups* deutlich: Zweifelsohne besteht das Ziel zunächst darin, sich gemäß der zu bearbeitenden Themen mit allen anderen Beteiligten abzustimmen, um gemeinsame Ziele und Inhalte zu definieren. Diese Vorgehensweise wird von einem Interviewpartner als „(...) *themenorientiertes Handeln* (...)“ (Interview BE 11) beschrieben. Kommt es hingegen im Rahmen der Themenbearbeitung zu Meinungsverschiedenheiten aufgrund heterogener Vorstellungen zur weiteren Ausgestaltung der ITW, drohen die *pressure groups* nicht selten mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen, was als „(...) *kampagnenorientiertes Handeln* (...)“ (ibid.) bezeichnet wird (vgl. Kapitel 2.1.2, S. 15 – ‚Bestrafungsmacht‘). Diese Drohkulisse hat deutlich spürbare Auswirkungen auf die Interaktion zwischen allen Beteiligten und birgt die Gefahr, dass politische, oftmals auch ideologisch motivierte Aspekte vordergründig werden und nicht die sachgemäße Verbesserung der Tierwohlstandards. Ein prominentes Beispiel zur Versinnbildlichung dieser „(...) *Doppelstrategie* (...)“ (ibid.) gibt der zwischenzeitliche und medienwirksame Austritt einer Tierschutzorganisation in den Anfangsjahren der ITW (vgl. Interviews BE 6, BE 11, LEH 3, SZV 1). Die festzulegenden Parameter und Inhalte der Initiative setzen die Möglichkeit zur praktischen Um-

setzung auf den landwirtschaftlichen Betrieben voraus. Daher erachten einige der befragten Experten das Fachwissen und die Praxisnähe aller beteiligten Akteure als wesentliches Element für das (Nicht-)Gelingen der ITW. Die Meinung einiger Interviewpartner, die den Hauptakteuren zuzuordnen sind, attestiert in diesem Zusammenhang den außerwirtschaftlichen Vertretern und denen des LEH oftmals einen mangelnden Sachverstand – und dies insbesondere zu Beginn der Verhandlungen. Wenngleich „(...) die anfänglichen Diskussionen rückblickend [als] sehr schwierig (...)“ (Interview SPA 1) beschrieben werden, sind mittlerweile deutlich spürbare Lerneffekte eingetreten und es kommt zunehmend zu Verständnis und Einsicht, dass (zu) hochgreifende Forderungen nicht zielführend, gar konterkariierend sind und den Strukturwandel in der Produktion intensivieren (vgl. Interviews BE 11, SZV 2, VH 3). Erstaunlich ist an dieser Stelle die Aussage eines Vertreters der *pressure groups*, wonach er sich selbst und viele Gleichgesinnte ebenfalls als wenig praxisnah und fachkundig beschreibt, aber mit Blick auf die Entstehung und Ausgestaltung der ITW als zentrale Initiatoren sieht (vgl. Interview IA 3). Im Rahmen der durchgeführten Interviews wird deutlich, dass Experten (fast) jeder Akteursebene sich selbst und ihre Berufskollegen als die bedeutendsten Treiber innerhalb der ITW ansehen (vgl. Interviews BE 7, IA 3, LEH 1, PE 3, SZV 1). Davon ableiten lässt sich die Vermutung, dass die gesamte Initiative in der Eigenwahrnehmung vieler Beteiligten einen Prestigestatus besitzt. Die Entlohnung der an der ITW teilnehmenden Betriebe gilt nach wie vor als zentraler Diskussionspunkt und birgt unter allen Beteiligten großes Konfliktpotential (vgl. Interviews BE 2, LEH 2, SPA 1). Der vornehmlich von der landwirtschaftlichen Primärproduktion zu entlohnende Mehraufwand wird vom LEH vergütet und die Produkte werden ohne große Preisaufschläge an den Verbraucher abgegeben (EFKEN et al. 2015: 72). Aus diesem Grund ist es wenig verwunderlich, dass den Vertretern des LEH in der Preisgestaltung eine übergeordnete Rolle zukommt. Zwischen ihnen gab es von Beginn an unterschiedliche Vorstellungen hinsichtlich der ausgezahlten Prämien (Bonuszahlungen). Ergo ist die ITW in ihrem Budget limitiert, da der LEH – sofern eine gewisse monetäre Obergrenze überschritten wird – in seiner Gesamtheit nicht bereit ist, teilzunehmen, wie das nachfolgende Zitat belegt.

*„Die im Rahmen der Initiative Tierwohl vereinbarten Bonuszahlungen in Höhe von vier Cent sind nichts anderes als der Spiegel dessen, was unter gegenwärtigen Strukturverhältnissen machbar ist. Die Edeka zum Beispiel – als mit Abstand größter Play-*

er im LEH – besteht zu einem großen Teil aus privaten, selbstständigen Einzelunternehmern, die eigenverantwortlich handeln<sup>81</sup>. Und jeder Einzelunternehmer der Edeka kann sein Fleisch überall kaufen und ist nicht einmal an die konzerneigenen Fleischwerke gebunden. Wenn der Preis bei den Fleischwerken um mehr als fünf Cent von denen anderer Anbieter abweicht, werden alternative Bezugsquellen bemüht. Und so sind die vier Cent als Bonuszahlung entstanden. Sie sind Ausdruck einer Preisgrenze, bei deren Überschreitung der selbstständige Einzelhändler aus den Kontrakten aussteigt. Die gesamte Edeka kommt einem Hühnerhaufen gleich, der nie zusammenzuführen ist. Die beteiligen sich zwar, machen aber den Eindruck, am liebsten morgen aussteigen zu wollen. Ich bin mir sicher, dass große Teile des LEH die ganze Initiative gar nicht haben will und nur aus Imagegründen daran teilnimmt, um nicht von den Medien an den Pranger gestellt zu werden“ (Interview SZV 5).

Neben der Begründung für die implementierte Auszahlungsgrenze liefert das obige Zitat einen bedeutsamen Hinweis für die Seriosität des Lebensmittelhandels als Partner der Initiative. Demnach wird nach Meinung einiger Interviewpartner seitens des LEH nicht primär das Ziel verfolgt, die Nutztierhaltung durch erhöhte Tierwohlstandards zu verbessern, sondern vielmehr das eigene Image innerhalb des gesamten Produktionsnetzwerks zu stärken. Es wird unterstellt, dass die ITW-Teilnahme einiger LEH-Vertreter rein opportunistischen Marketingstrategien entspringt (vgl. Interviews BE 8, IA 4, SZV 2, SZV 5).

Laut Expertenmeinung erkennen die außerwirtschaftlichen Akteure durch ihr Mitwirken an der ITW zunehmend die Rolle des LEH als Schlüsselspieler der Wirtschaftseite (Hauptakteure) und dessen Bedeutung für das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein. Aus diesem Grund versuchen die *pressure groups* – und zwar unabhängig davon, ob sie Tierschutz- oder Tierrechtsziele verfolgen – ihre Interessen durch Beeinflussung der Vertreter des Lebensmittelhandels einzubringen. Ergo wird der LEH von Teilen der außerwirtschaftlichen Akteure instrumentalisiert und dient als Vehikel zur Umsetzung der eigenen politischen Ziele. Aus Respekt vor der Medienmacht der NGOs (vgl. Kapitel 7.3.1, S. 202 ff. – Symbiose zwischen NGOs und Medien) und in-

---

<sup>81</sup> Die Edeka-Gruppe ist eine ausschließlich in Deutschland tätige, kooperative Verbundgruppe auf genossenschaftlicher Basis. Sie umfasst die Edeka-Zentrale (Edeka Zentrale AG & Co. KG), sieben Regionalgesellschaften, deren Regiebetriebe (Filialen) und die den neun regionalen Edeka-Genossenschaften angehörenden selbstständigen Einzelhändler (werden von den regionalen Handelsgesellschaften beliefert) sowie den (Marken-)Discountfilialisten ‚Netto‘ (Netto Marken-Discount GmbH & Co. KG). Weiterführende Informationen über den Aufbau der gesamten Edeka-Gruppe und deren Organisationsstruktur liefern BKARTA (2014: 69 f.) und MONOPOLKOMMISSION (2012: 353 f.).

folge der strategischen Ausrichtung nach einer optimierten, imagestärkenden Reputation trägt der LEH die gewünschten Anforderungen mitunter in Form einer dezidierten Spezifikationspolitik direkt in die Produktion ein (vgl. Kapitel 6.2.4, S. 158 ff.). Darüber hinaus werden seitens des LEH mittlerweile auch unterschiedliche Netzwerke und Austauschplattformen mit Vertretern unterschiedlicher *pressure groups* initiiert, um weniger angreifbar zu sein. Ungeklärt ist die von einigen Interviewpartnern geäußerte Vermutung, wonach namhafte Unternehmen des LEH erhebliche Spendengelder in Richtung NGOs zahlen (vgl. Interviews BE 5, IA 1, LEH 2). Diese Vorgehensweise steht im Kontext der bereits skizzierten strategischen Partnerschaften (vgl. Kapitel 7.3.1, S. 203).

Die ITW erscheint einerseits als zentrale Ambition der Wirtschaft (Hauptakteure), die Akzeptanz für die Nutztierhaltung und die gesamte (Schweine-)Fleischproduktion zu erhöhen. Andererseits wird sie von einigen außerwirtschaftlichen Akteuren als Plattform für die Umsetzung der eigenen Ziele genutzt. Es wird deutlich, dass die ITW innerhalb der Tierschutzdebatte eine bedeutende Funktion einnimmt. Trotz derartiger Bemühungen erscheint das Beziehungsklima zwischen den Hauptakteuren und der Öffentlichkeit weiterhin schwierig, da das Gros der Unternehmen nach wie vor eher konsumfern agiert. So werden selbst die deutlichen Veränderungen in der Nutztierhaltung wenig kommuniziert. In gegenteiliger Weise dominieren bis heute in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit derartig romantische Bilder, die den Kontrast und die Kluft zwischen den Realitäten der Nutztierhaltung und den gesellschaftlichen Erwartungen zunehmend größer werden lassen und mit massiven Vertrauensverlusten einhergehen. In der Folge weist die Gesellschaft oftmals nur noch ein geringes Wissen über landwirtschaftliche Produktionszusammenhänge auf (WBA 2015: 70; WILKING 2015: 54). Allerdings sehen viele der Befragten erhebliche Verbesserungen in diesem Bereich, was vor allem auf die Arbeit wirtschaftlicher Interessenverbände (*interest groups*) zurückzuführen ist (vgl. Interviews BE 8, BE 11, IA 1).

## 7.4 Zwischenfazit

Das vorangegangene Kapitel beinhaltet den zweiten Teil der Ergebnisdarstellung der vorliegenden Arbeit. Auf Basis der leitfadengestützten Experteninterviews wurden die bedeutendsten vertikalen, horizontalen und diagonalen Machtströmungen entlang der unterschiedlichen Akteursebenen im Produktionsnetzwerk Schwein (vgl. Abbildung 12, S. 88) aufgezeigt. Dabei etabliert sich die Gesamtheit aller Nachhaltigkeitsthemen

als ein Konglomerat unterschiedlicher Machtarenen, welche sich über die Bereiche ‚Soziales‘, ‚Umwelt‘ und insbesondere ‚Tierschutz‘ erstrecken.

Nachdem im ersten Ergebniskapitel (vgl. Kapitel 6) gemäß der definierten Methodik unter Anwendung des GVC-Konzeptes die Machtkonstellationen auf Ebene der Hauptakteure beleuchtet wurden, bildet die GPN-Heuristik den Analyserahmen für das zweite Ergebniskapitel, in dem neben den Hauptakteuren (vgl. Kapitel 5.1) auch die interessengeleiteten (vgl. Kapitel 5.2) und staatlich-politischen Akteure (vgl. Kapitel 5.3) berücksichtigt werden. Analog zu der Vorgehensweise im ersten Ergebnisteil werden auch hier zur Bekräftigung und Interpretation der Aussagen die in der theoretischen Fundierung beschriebenen Machtperspektiven unterschiedlicher Wissenschaftsdisziplinen (vgl. Kapitel 2) herangezogen.

Die Verwendung des GPN-Ansatzes ist darin begründet, dass er eine größere Allgemeingültigkeit bietet und imstande ist, komplexere Strukturen zu erfassen, indem neben den reinen Markttransaktionen (und -akteuren) auch nicht-lineare Verbindungen und Beziehungen jedweder Richtung (hier: Akteursebenen) berücksichtigt werden und dadurch ein multidimensionales, relationales Netzwerk entsteht. ‚Macht‘ steht als eine der drei Analysekatoren im Mittelpunkt der GPN-Konzeption und ist demnach obligatorisches Element in der Architektur und Konfiguration jedes (globalen) Produktionsnetzwerks. Zahlreiche Studien thematisieren die Machtkonstellation zwischen rein ökonomischen Akteuren – beispielsweise zwischen großen Fokalunternehmen und ihren Zulieferern – und subsumieren dies als ‚korporative Macht‘. Darüber hinaus differenziert das Konzept der GPN zwei weiteren Formen von Macht, die von ‚außerwirtschaftlichen‘ Akteuren ausgeübt werden und insbesondere im Produktionsnetzwerk Schwein von herausragender Bedeutung sind. ‚Kollektive Macht‘ geht von Interessengruppen und zivilgesellschaftlichen Gruppierungen (z.B. Gewerkschaften, Medien, NGOs) aus, während ‚institutionelle Macht‘ in ihrer Ausübung staatlich-politischen Akteuren (z.B. nationale Regierungen, Aufsichtsbehörden) zugesprochen wird (vgl. Kapitel 3.2.3).

Bei Gesamtbetrachtung der Ergebnisse wird deutlich, dass ‚korporative‘, ‚institutionelle‘ sowie ‚kollektive Macht‘ in unterschiedlich starker Ausprägung auftreten und ein entsprechend inhomogenes Machtgefüge zwischen den drei Akteursebenen im Produktionsnetzwerk herrscht. Über alle Machtarenen im Kontext von Nachhaltigkeit hinweg kristallisiert sich eine Vormachtstellung der interessengeleiteten Akteursebene (‚kollektive Macht‘) heraus. Zweifelsohne muss auch auf dieser Ebene des Pro-

duktionsnetzwerks unterschieden werden zwischen mächtigeren beziehungsweise einflussreicheren Akteuren und eben solchen, die in geringerem Maße in Erscheinung treten. Nichtsdestotrotz besteht das Ziel aller darin, ihre eigenen Vorstellungen und Zielbilder für die Konfiguration des (gegenwärtigen und künftigen) Produktionsnetzwerks einzubringen.

Innerhalb der interessen geleiteten Akteure nehmen die NGOs – und hier insbesondere die *pressure groups* – eine herausragende Stellung ein, da sie sich nicht nur in quasi allen Nachhaltigkeitsthemen einbringen, sondern vielmehr als Protagonisten in zahlreichen Debatten agieren. Auffällig ist, dass zur Erreichung der eigenen Ziele nicht selten Kooperationen mit anderen Akteuren derselben Ebene („horizontale Kooperation“) oder zwischen Akteuren unterschiedlicher Ebenen („diagonale Kooperation“) geschlossen werden. Die öffentlichkeitswirksame Kommunikation der bearbeiteten Inhalte ist bei allen interessen geleiteten Akteuren von enormer Wichtigkeit. In diesem Zusammenhang nimmt die Gesamtheit der Medien (z.B. Printmedien, Social Media, TV) eine Art „Transmitterfunktion“ ein, wobei ein Großteil der Interviewpartner eine zunehmende Abhängigkeit zu anderen Akteuren der interessen geleiteten Ebene attestiert.

Die „institutionelle Macht“, welche von den staatlich-politischen Akteuren ausgeht, ist von weitaus geringerer Ausprägung als die zuvor genannte „kollektive Macht“. Wenn gleich die Akteure dieser Ebene formell-politisch legitimiert sind und das größte Einflussvermögen auf das gesamte Produktionsnetzwerk haben (sollten), fällt eine zunehmende Ohnmacht gegenüber der weitaus mächtigeren, formell-politisch nicht legitimierten Ebene der interessen geleiteten Akteure auf. So wird deutlich, dass die Politik nicht selten in reagierender Weise auf die Themeninhalte Dritter (z.B. NGOs) fokussiert und aufgrund vordefinierter Entwicklungen eingeschränkt ist beziehungsweise ihrem gestalterischen Auftrag oftmals nicht gerecht wird. Kongruent zu den obigen genannten Erkenntnissen stehen die staatlich-politischen Akteure häufig auch in einer personenbedingten Verknüpfung („Seilschaften“ und persönliche Kontakte) zu Akteuren anderer Ebenen, so dass auch hier zunehmende Abhängigkeiten sichtbar sind.

Die in diesem Teilkapitel implizierten Ambitionen der „interessen geleiteten“ und „staatlich-politischen“ Akteursebenen verdeutlichen erneut das Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen, welche gemäß der jeweiligen Machtform in das Produktionsnetzwerk eingetragen werden. Zu konstatieren ist an dieser Stelle, dass die gewünschten Zielbilder zur Anpassung der Produktionskonfiguration lediglich auf Ebene der Hauptakteure umgesetzt werden können.



*„Pressure (...) comes from NGOs and they are indeed going after brands they know and these brands put pressure down the supply chain” (DANNENBERG 2012: 93).*

Anhand dieses Zitats wird deutlich, dass außerwirtschaftliche Akteure (hier: NGOs) zur Erreichung der eigenen Ziele Druck auf einzelne Fraktionen der Hauptakteure ausüben und diese Vorgehensweise neben den obig bereits erwähnten kooperativen Strategien als ebenfalls probat erscheint. Hinzu kommt die im ersten Ergebniskapitel gewonnene Erkenntnis, nach der die an der Produktion von Fleisch und Fleischprodukten beteiligten Akteure wenig koordiniert agieren (Unabgestimmtheit der Stufen sowohl in Produktion als auch in Kommunikation) und vermehrt versuchen, durch individuelle Aktivitäten (z.B. strategische Partnerschaften) ihr Einflussvermögen zu vergrößern beziehungsweise die eigene Position innerhalb der Kette und somit im gesamten Produktionsnetzwerk zu stärken. Aus diesem Grund erscheint eine Etablierung der ‚korporativen Macht‘ als weitaus schwieriger, da die ‚*Top-Down*-Kräfte‘ sehr stark wirken (vgl. Abbildung 12, S. 88). Nichtsdestotrotz gilt neben anderen Initiativen und Projekten vornehmlich die ITW als wertvolle Ambition zur Stärkung der ‚korporativen Macht‘, wobei auch hier das Kräftespiel der unterschiedlichen Machtformen allgegenwärtig ist.

## 8 Schlussbetrachtung

### 8.1 Zusammenfassung und Reflexion

Das gesamte Agribusiness und insbesondere die Lebensmittel erzeugenden Teilbranchen finden sich gegenwärtig in einem Spannungsfeld divergierender Interessen wieder. Aus diesem Grund ist es wenig verwunderlich, dass die Produktion von Lebensmitteln in den vergangenen Jahren vermehrt in den Fokus gesamtgesellschaftlicher Diskussionen rückt und sich zunehmend als fester Bestandteil der internationalen wissenschaftlichen Forschung etabliert hat. Zu beobachten ist, dass die Herausforderungen und Anspruchsinhalte, welche an die Agrar- und Ernährungswirtschaft gestellt werden, äußerst vielgestaltig und immer auch in regionale und globale Besonderheiten eingebettet sind, wodurch ein Spannungsfeld entsteht, welches diametrale Treiber hervorbringt: Auf der einen Seite ist es zwingend erforderlich, die stetig wachsende Weltbevölkerung dauerhaft mit sicheren und zugleich bezahlbaren Lebensmitteln zu versorgen (*economies of scale* – globaler Kontext). Auf der anderen Seite zeigen sich in den vergangenen Dekaden in weiten Teilen der Bevölkerung – zu beobachten insbesondere in den westlichen Industrienationen – gesellschaftliche Meinungsbilder, welche die lange Zeit als etabliert erachtete Produktionskonfiguration (tierischer) Lebensmittel kritisch betrachten und alternative Konsummuster hervorbringen (regionaler Kontext).

Im Kontext dieser gegenläufigen Entwicklungen werden im Rahmen der vorliegenden Arbeit stellvertretend für eine gesamte Industrie die Regionen ‚Weser-Ems‘ (Niedersachsen) und ‚Westfalen-Lippe‘ (Nordrhein-Westfalen) als Standorte intensiver Nutztierhaltung im Nordwesten Deutschlands untersucht. Neben den Fragen nach der räumlichen Anordnung der Produktion und deren Konfiguration sowie den politischen Steuerungsmöglichkeiten wird insbesondere die Machtverteilung im Produktionsnetzwerk Schwein anhand der durchgeführten empirischen Untersuchung offengelegt und diskutiert. Von besonderem Interesse ist dabei die Darlegung möglicher Machtverschiebungen zwischen den unterschiedlichen Akteuren, angestoßen durch das Spannungsverhältnis von zunehmender Nachfrage (quantitativ) und Produktgüte (qualitativ).

Bei genauerer Betrachtung der bestehenden Literatur fällt auf, dass der Machtbegriff in unterschiedlichen Veröffentlichungen, beispielsweise für die Automobil-, Agrar- und Ernährungsindustrie oder den (Lebensmittel-)Einzelhandel, unzureichend theoretisch-

konzeptionell fundiert ist und fast ausschließlich als *Black-Box* Anwendung findet, indem er zur Erklärung einfacher, linearer Austauschbeziehungen oder transnationaler sowie entwicklungsökonomischer Implikationen (z.B. ‚Standards‘, ‚Upgrading-Prozesse‘, ‚Lerneffekte‘ und ‚Wissenstransfer‘) herangezogen wird (vgl. z.B. BROOKS 2012; COE & HESS 2005; DICKEN 2003; FISCHER 2010; FLEISCHMANN et al. 2006; FRANZ 2010a; GIBBON 2008; GOHIN & GUYOMARD 2000; HENDRICKSON et al. 2008; KRONE & DANNENBERG 2013; LEE et al. 2010; MOYER-LEE & PROWSE 2012; STURGEON et al. 2008). Aufgrund dieses diffusen und oberflächlichen Verständnisses von Macht ist es folgerichtig, dass der (Macht-)Begriff eine entsprechende Würdigung und Dekonstruktion erfährt, was als Grundlage für die anschließende Identifikation von bi- und multilateralen Machtkonstellationen erachtet wird. ‚Macht‘ gilt als zentraler Parameter in der Analyse gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Zusammenhänge (HAUNSCHILD et al. 2009: 320). Vor diesem Hintergrund erfolgt in der vorliegenden Arbeit eine Verknüpfung zwischen dem Machtbegriff und den prominenten Ansätzen der relationalen Wirtschaftsgeographien (BATHELT & GLÜCKLER 2012; BRAUN & SCHULZ 2012; JANSEN 1999; LIEFNER & SCHÄTZL 2012; ZADEMACH 2009).

Im Rahmen von qualitativen (Experten-)Interviews mit direkt und indirekt an der Produktion beteiligten Akteuren wird untersucht, mit welchen Machtkonstellationen das Produktionsnetzwerk Schwein aufgeladen ist. Mittels der durchgeführten Interviews wurde es möglich, die Gesamtheit aller bi- und multilateralen Verflechtungen des dynamischen und gleichzeitig volatilen Machtgefüges offenzulegen, um zu verstehen, welche Organisationsmuster innerhalb der Schweinefleischproduktion vorliegen und somit auch die in der Literatur oftmals unzutreffende Annahme der klassisch vertikalen Hierarchie zu widerlegen. Vor diesem Hintergrund ist es denkbar, dass die obig erwähnten diametralen Entwicklungen (Quantität und Qualität) bereits mittel- und langfristig für einen permanenten Zustand der Veränderung sorgen (‚Transformation‘).

Durch die vorliegende Arbeit soll ein tieferes Verständnis für die Vielfältigkeit existenter Machtkonstellationen im Produktionsnetzwerk Schwein geschaffen werden. Somit lässt sich die Arbeit in den bestehenden wissenschaftlichen Diskurs hinsichtlich Machthierarchien in Produktionsnetzwerken einbetten. Zudem soll der Blick geweitet werden für mögliche Machtverschiebungen in Richtung bisher nicht oder lediglich in unbedeutender Weise in Erscheinung getretener Akteure. Dies geschieht in der Form, als dass, gemäß der konzeptionellen Vorgehensweise, das Produktionsnetzwerk Schwein nicht nur anhand der direkt an der Wertschöpfung beteiligten Akteure

untersucht wird, sondern auch, indem die außerwirtschaftlichen Akteure mit in den Untersuchungskontext einbezogen werden (vgl. Abbildung 12, S. 88). Durch diese Perspektiverweiterung trägt die vorliegende Arbeit zu einer Ausweitung des wissenschaftlichen Diskurses bei.

Nachfolgend wird zunächst die Struktur der theoretischen Grundlagen vorgestellt, auf welcher die empirische Untersuchung mittels der durchgeführten Experteninterviews aufbaut. Im Anschluss daran werden die wesentlichen Ergebnisse der empirischen Untersuchung zusammenfassend dargelegt, um darüber auch Handlungsempfehlungen für die einzelnen Akteursgruppen und -ebenen auszusprechen. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass die Machtpositionen im multiskalaren Produktionsnetzwerk Schwein gewissen Dynamiken unterliegen und somit umkämpft und auch veränderbar sind.

Im Anschluss an die Einleitung werden die theoretischen Grundlagen, welche als Fundament für die empirische Analyse der vorliegenden Arbeit dienen, erläutert. Hierzu erfolgt in Kapitel 2 zunächst eine holistische Dekonstruktion des Machtbegriffs, indem dieser aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen, bestehend aus Soziologie, Psychologie, Kommunikations-, Politik- und auch Wirtschaftswissenschaften, näher beleuchtet wird. Mit Blick auf die Themenstellung der Untersuchung wird in (Teil-)Kapitel 2.2 der Machtbegriff operationalisiert. Dementsprechend ist das Machtphänomen Ausdruck und Gegenstand jedweder sozialen Beziehung und menschlichen Interaktion, was in der einschlägigen Literatur als ‚kausal-relationales Konzept‘ bezeichnet wird (BOUDON & BOURRICAUD 1992: 302; JANSEN 1999: 157; SCHWIETRING 2011: 225; vgl. SUNLEY 2008) und eine gute Verknüpfungsmöglichkeit zu den dependenz- und weltstheoretisch motivierten Ansätzen aus der Wirtschaftsgeographie (LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 142) bietet. Im Mittelpunkt der in Kapitel 3 dargelegten theoretischen Grundlegung zur multiskalaren Produktionsorganisation stehen unterschiedliche Ansätze, Formen und Räumuster, welche in den vergangenen Jahrzehnten innerhalb der wirtschaftsgeographischen Forschung intensiv diskutiert wurden und in der Folge unterschiedliche Ketten- und Netzwerkansätze hervorgebracht haben (FISCHER et al. 2010: 12; SCHAMP 2000: 26 f.). In der vorliegenden Arbeit finden sowohl das GVC- als auch das GPN-Konzept Anwendung. Wenngleich das Konzept der GPN als weiterentwickelte Heuristik der GVC angesehen wird, indem die (ganzheitliche) Erfassung unternehmerischer Netzwerke sowie deren Konfiguration und Koordination im Vordergrund steht (ZADEMACH 2009: 80), erscheint die alleinige Anwendung des GPN-Ansatzes als nicht zielführend. Denn aufgrund eines überaus

hohen Komplexitätsgrades, der einerseits die ganzheitliche Betrachtung und Einbeziehung gesellschaftlicher und politischer Phänomene ermöglicht, fehlen andererseits die notwendigen Typisierungen und konkreten Modelle zur Einordnung der Machtkonstellationen auf Ebene der wertschöpfenden Akteure (vgl. BATHELT & GLÜCKLER 2012: 310). Im ersten Teil der Untersuchung, welcher die Beziehungen und Interaktionsmuster der unmittelbar an der Produktion beteiligten Unternehmen (‚Hauptakteure‘) evaluiert, wird der GVC-Ansatz herangezogen, um die gegenwärtigen Machtkonstellationen zu analysieren und abzubilden. Wie obig bereits beschrieben, sieht das Forschungsdesign vor, auch die ‚außerwirtschaftlichen Akteure‘ (‚interessengeleitete Akteure‘ und ‚staatlich-politische Akteure‘) zu berücksichtigen. Aus diesem Grund wird im zweiten Teil der Untersuchung das GPN-Konzept angewendet, um eben diese weitreichenderen Einflüsse und Machtdimensionen der institutionellen (z.B. Kammern, Verbände, politische Fachresorts usw.), politischen und zivilgesellschaftlichen Akteure (z.B. NGOs oder Bürgerinitiativen) abzubilden. In Kapitel 4 werden die methodische Vorgehensweise und das Forschungsdesign konzeptioniert. Auch die Auswahl der Interviewpartner und der Untersuchungsregion werden hier dargelegt und diskutiert. Die interviewten Experten wiederum repräsentieren die Gesamtheit der in Kapitel 5 angeführten Akteure, welche in Summe das Machtgefüge im Produktionsnetzwerk Schwein aufspannen. Denn eine Darstellung der Strukturen und Interaktionsmuster führt zu einem besseren Verständnis der zentralen, netzwerkbestimmenden Akteure, deren Aktionsradien und letztlich des gesamten Produktionsnetzwerks Schwein. In den sich anschließenden Ergebniskapiteln erfolgt auf Basis der Experteninterviews die qualitative Analyse der Netzwerkkonfiguration hinsichtlich ‚Macht‘. Dabei wird in Kapitel 6 zunächst dargelegt, wie die Machtkonstellationen auf Ebene der Hauptakteure ausgestaltet sind. Eine ganzheitliche, alle Ebenen des Produktionsnetzwerks Schwein einbeziehende Analyse erfolgt in Kapitel 7. Zu erwähnen ist an dieser Stelle, dass – wann immer möglich – die Grundlagen aus der theoretischen Fundierung zur Erklärung und Interpretation der auftretenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zusammenhänge herangezogen werden.

Anhand der Ergebnisse aus Kapitel 6 wird deutlich, dass unter allen Hauptakteuren ein starker Wettbewerb herrscht. Zudem befinden sich die ‚vorderen‘ Wertschöpfungsstufen (= grüne Seite) in einer Art Ohnmacht, da sie beispielsweise von Exportforderungen, politischen Rahmenbedingungen, gesellschaftlichen Erwartungen und Spezifikationen der nachgelagerten Stufen ‚getrieben‘ sind. Mit Blick auf die evaluierten Machtkonstellationen wird deutlich, dass mit steigender Wertschöpfung und damit verbundenen Konsolidierungs- und Konzentrationstendenzen (vgl. Abbildung 19,

S. 168) auch der Grad der Machtasymmetrie in Richtung Kettenende zunimmt. Darüber hinaus sind bis dato nicht existierende Tendenzen erkennbar, die von verstärkt vertikalen Koordinationsprozessen gekennzeichnet sind. Damit wird eine der zentralen Aussagen aus der GVC-Heuristik bestätigt, wonach eine Korrelation zwischen Machtasymmetrie und Koordinationsgrad besteht (vgl. Abbildung 9, S. 65). Gemäß der Topologie aller Hauptakteure ist zwischen unterschiedlichen Unternehmen zu differenzieren: Diejenigen mit großem Einfluss (*network flagships*, *lead firms*), welche vornehmlich den ‚hinteren‘ Wertschöpfungsstufen (SZV und LEH) zugehörig sind, übernehmen die strategische und organisationale Führung im Netzwerk. Demgegenüber sind auch solche vorzufinden, die als kleine (Zuliefer-)Unternehmen vermeintlich geringen Einfluss auf die Machtkonfiguration im Produktionsnetzwerk Schwein haben. Die Wettbewerbssituation weist entsprechend der GVC-Typologie die Merkmale ‚gebundener‘ Organisationsformen (*captive value chain*) auf, so dass die gesamte Ebene der Hauptakteure durch vornehmlich einseitige *lock-in*-Situationen (Abhängigkeitsverhältnisse) geprägt ist, welche lediglich anhand weniger Beispiele zu widerlegen sind. Als eine zentrale Erkenntnis der vorliegenden Untersuchung ist – nicht zuletzt aufgrund der zunehmenden vertikalen Koordinationstendenzen – davon auszugehen, dass die ganzheitliche Wettbewerbssituation auf Ebene der Hauptakteure künftig nicht zwangsläufig die Attribute ‚gebundener‘ Wertschöpfungsbeziehungen aufweist, sondern verstärkt in einer hierarchischen Ausprägung vorzufinden sein wird. In logischer Kongruenz mündet diese stabile und dauerhafte Form von Macht gemäß der „*Soziologischen Grundbegriffe*“ nach WEBER (1972 [1921-22]) zwangsläufig in (institutionalisierter) Herrschaft und Hierarchie (vgl. Kapitel 2.1.1).

Die Ergebnisse aus Kapitel 7 belegen einen konsistenten Transformationsprozess im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein, welcher das als etabliert erachtete Produktionssystem infrage stellt und ein Spannungsfeld zwischen Politik, Verbrauchererwartung und Ökonomie erzeugt. Neben oder in Kombination mit einer kritischen Gesellschaft, sind es insbesondere die interessengeleiteten sowie staatlich-politischen Akteure, welche sich als Triebfedern der sich über alle Ebenen des Produktionsnetzwerks erstreckenden, anhaltenden Diskussionen zeigen. Die Experteninterviews der vorliegenden Untersuchung bringen Themeninhalte hervor, die sich unter dem Begriff ‚Nachhaltigkeit‘ aggregieren: Unter ‚Soziales‘ (z.B. Arbeitsverhältnisse, Anzahl und Unterbringung der ausländischen Arbeitskräfte), ‚Umwelt‘ (z.B. Bürgerinitiativen gegen Stallbauvorhaben) und ‚Tierschutz‘ (z.B. Kastration neugeborener Ferkel) werden stellvertretend für die Gesamtheit aller Nachhaltigkeitsthemen drei Kernbereiche sichtbar. Sie haben sich in den vergangenen Jahren nach und nach als zentrale

Machtarenen etabliert und sind für die (künftige) Ausprägung der Produktionskonfiguration elementar. Anhand dieser in die Diskussion eingebrachten Themeninhalte lassen sich differenzierte Strategien und Handlungsmuster der auf den unterschiedlichen Ebenen im Produktionsnetzwerk agierenden Akteure und Akteursgruppen ableiten. Auffällig ist dabei, dass quasi auf sämtlichen Ebenen Kooperationen vorzufinden sind, die zwischen Akteuren einer (horizontale oder vertikale Kooperation) oder unterschiedlicher Ebenen (diagonale Kooperation) geschlossen werden. Diese strategische Vorgehensweise scheint neben der individuellen Themenbearbeitung ein probates Mittel zur Vergrößerung der Einflussnahme im Produktionsnetzwerk Schwein zu sein.

Das GPN-Konzept unterscheidet zwischen ‚korporativer‘, ‚institutioneller‘ und ‚kollektiver‘ Macht. Insbesondere die *pressure groups*, welche der Ebene der interessengeleiteten Akteure zuzuordnen sind, zeigen eine netzwerkbestimmende Dominanz auf, indem sie in der Lage sind, kollektive Ergebnisse im Produktionsnetzwerk Schwein mitzubestimmen (‚kollektive Macht‘). In diesem Zusammenhang ist als eine wesentliche Erkenntnis der vorliegenden Untersuchung zu konstatieren, dass der Einfluss formell-politisch nicht legitimierter Akteure von herausragender Bedeutung ist (vgl. REUBER 2012). Die Ebene der staatlichen und politischen Akteure hingegen scheint – trotz formell-politischer Legitimierung – hinsichtlich Bedeutung und Einflussvermögen Teile ihrer Vormachtstellung innerhalb des gesamten Produktionsnetzwerks eingebüßt zu haben (‚institutionelle Macht‘). Diese Beobachtung deckt sich mit den Erkenntnissen anderer Arbeiten, wonach Staaten und staatliche Institutionen ihre Macht inzwischen verstärkt mit NGOs teilen (vgl. z.B. KLEIN et al. 2005; SEIFER 2009: 25 ff.). Gemäß der GPN-Typologie nimmt die ‚korporative‘ Machtform die vermeintlich schwächste (Wettbewerbs-)Position ein. So steht sie im Kräftespiel der unterschiedlichen Ebenen im Produktionsnetzwerk Schwein den ‚kollektiven‘ und ‚institutionellen‘ Machtausprägungen hinten an. Dies ist vornehmlich darauf zurückzuführen, dass die Ebene der Hauptakteure – als Gesamtheit aller an der Produktion beteiligten Unternehmen – es in den vergangenen Dekaden verkannt hat, die Produktion (und damit auch Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit) nach den sich verändernden gesellschaftlichen Meinungsbildern auszurichten und sich den differenzierten Herausforderungen im Zuge der Transformation zu stellen. Die ITW gilt neben anderen, kleineren Aktivitäten als zentrale Ambition zur Stärkung der ‚korporativen‘ Macht.

Wie bereits des Öfteren impliziert, versuchen die ‚oberen‘ Akteursebenen als nicht unmittelbar an der Produktion beteiligte Stakeholder die Produktionskonfiguration und somit die Ebene der Hauptakteure ‚von außen‘ zu beeinflussen. Wenngleich immer

wiederkehrende Verhaltensmuster auffallen, die von unterschiedlichen Akteuren in der Bearbeitung der Themeninhalte Anwendung finden, ist insbesondere die (strategische) Vielseitigkeit der *pressure groups* zur Erreichung der eigenen Ziele überraschend und beeindruckend. Im Kontrast dazu fällt eine enorme Bewegungslosigkeit der Politik auf, welche wahrscheinlich durch zeitlich begrenzte Legislaturperioden und fehlende Planungssicherheit zu erklären ist.

## 8.2 Prognosen und Handlungsempfehlungen

Die an der Produktion von Fleisch und Fleischprodukten beteiligten (Haupt-)Akteure agieren wenig koordiniert und versuchen vermehrt, durch individuelle Aktivitäten ihr Einflussvermögen beziehungsweise die eigene Position innerhalb der Kette und somit im gesamten Produktionsnetzwerk zu stärken. Diese bereits in Kapitel 6 beschriebene ‚Unabgestimmtheit‘ ist Resultat einer gegenwärtig stark marktlichen Wertschöpfungskonfiguration (hohe Anzahl von Produktionsbetrieben im Vergleich zu anderen Wirtschaftssektoren). Basierend auf den gewonnen empirischen Erkenntnissen (dargelegt in Kapitel 6) ist den Hauptakteuren zu empfehlen, sich künftig mittels konkreter, ernstgemeinter und vor allem gemeinsamer Aktivitäten (vertikale oder horizontale Kooperation) – beispielsweise im Bereich Öffentlichkeitsarbeit – den ‚*Top-Down-Kräften*‘ (kollektive und institutionelle Macht) entgegenzustellen. Während die stark marktlich ausgeprägte Wettbewerbssituation im Kontext der unternehmerischen Freiheit positiv zu bewerten ist, geben die im Rahmen der Untersuchung ermittelten Tendenzen intensiver(er) vertikaler Koordination die Aussicht, die ‚korporative Macht‘ künftig (zwangsläufig) zu stärken. Die Implementierung der ITW als gemeinsame Initiative, an der stufenübergreifend alle Hauptakteure sowie zahlreiche interessengeleitete und auch staatlich-politische Akteure beteiligt sind, wird als aussichtsreich erachtet. Anzumerken ist, dass die ITW im Kräftespiel der unterschiedlichen Ebenen im Produktionsnetzwerk im weitesten Sinne als eine Form ‚diagonaler Kooperation‘ zu verstehen ist. Nichtsdestotrotz wird die Tätigkeit von Verbänden (*interest groups*), Fachmedien und agrarischer Forschung künftig von elementarer Bedeutung sein, da sie eine wesentliche ‚Brückenfunktion‘ zu den außerwirtschaftlichen Akteuren einnimmt (vgl. WBA 2015: 47). Gelingt es den Hauptakteuren nicht, die Ausprägung der ‚korporativen Macht‘ in ein ausgeglichenes Kräfteverhältnis zu überführen, besteht die Gefahr, dass vereinzelt oder auch eine größere Anzahl an Unternehmen ihre Produktion in das Ausland verlagern in der Hoffnung, zuträglichere Rahmenbedingungen vorzufinden.



Das auf höchste Effizienz getrimmte Gesamtsystem der Veredelungswirtschaft ist nur sehr schwer in der Lage, geeignete Lösungswege zu finden, die den außerwirtschaftlichen Anforderungen gerecht werden. Zudem erscheinen einige Forderungen der interessengeleiteten Akteure (und insbesondere die einiger *pressure groups*) oftmals ideologisch getrieben und nur sehr schwer mit den wirtschaftlichen Zielen der Hauptakteure in Einklang zu bringen (vgl. z.B. EFKEN et al. 2015: 4). Vor diesem Hintergrund und gemäß der gesellschaftlichen Erwartung, die gesamte Produktion tierischer Lebensmittel künftig intensiver an konkreten Nachhaltigkeitszielen auszurichten, sollten die interessengeleiteten Akteure eine engere inhaltliche Zusammenarbeit mit den Hauptakteuren fokussieren, die weniger ideologisch und egoistisch motiviert ist, sondern mehr auf eine Verbesserung der Inhalte auf Sachebene abzielt. Denn trotz ihrer gegenwärtigen Vormachtstellung werden die interessengeleiteten Akteure künftig dazu verpflichtet sein, ihre Glaubwürdigkeit zu erhöhen. In diesem Zusammenhang ist eine Diskrepanz denkbar, welche sich mit Blick auf die Transformation der Produktion tierischer Veredelung ergeben könnte.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung entsteht der Eindruck, als dass die staatlich-politische Akteursebene ihrer ureigentlichen Funktion, an einer langfristigen Gestaltung verlässlicher Rahmenbedingungen zu arbeiten, in unzureichendem Maße nachkommt.

*„Mir kommt es so vor, als hätte die gesamte Politik genug mit sich selbst zu tun. Vielleicht ist es auch eine systemische Problematik, dass sie in kurzen Legislaturperioden wenig erreichen und der Blick für das große Ganze fehlt. Denn bevor langfristige und verlässliche Rahmenbedingungen geschaffen werden, wird doch schon wieder umgeschwenkt, damit auch ausreichend Wählerstimmen gesammelt werden“* (Interview SPA 3).

Anhand des obigen Zitats und der in Kapitel 7 dargelegten Erkenntnis, wonach die staatlich-politische Akteursebene oftmals lediglich auf die Themeninhalte interessengeleiteter Akteure reagiert, ist zu empfehlen, dass politische Entscheidungsträger künftig noch stärker den direkten Austausch zu den Hauptakteuren suchen. Denn nur so ist es möglich, die angedachten Veränderungen und Anpassungen gesetzlicher Rahmenbedingungen gemäß ihrer Praxistauglichkeit zu überprüfen. Andernfalls besteht die Gefahr einer Überakzentuierung bestimmter (Nachhaltigkeits-)Themen, was die wirtschaftliche Attraktivität hemmt. Nicht zuletzt aus einem Eigeninteresse heraus sollte die staatlich-politische Akteursebene dafür Sorge tragen, dass bedeutende Wirtschaftsbereiche langfristig erhalten und wettbewerbsfähig bleiben. Die Rolle der

Agrar- und Ernährungswirtschaft für die im Rahmen der vorliegenden Arbeit definierte Untersuchungsregion wurde in diesem Kontext bereits einvernehmlich dargestellt.

Abschließend werden noch einige Gedanken aufgeführt, welche die vorliegende Arbeit kritisch reflektieren und zugleich ausblickend auf weiterführendes Forschungsinteresse verweisen. Zunächst bleibt festzuhalten, dass ein vermeintlich langer Zeitraum zwischen Erhebung der Daten (Durchführung der Experteninterviews im Jahr 2015) und Fertigstellung der vorliegenden Arbeit liegt. Retrospektiv betrachtet haben die dargelegten Beziehungen und Interaktionsmuster im Kontext von bi- und multilateralen Machtkonstellationen unterschiedlicher Akteure im Produktionsnetzwerk Schwein in ihrem Erkenntnis- und Aktualitätsgehalt nichts eingebüßt. Denn mit Blick auf die gegenwärtigen Themen im Agribusiness und speziell der (Schweine-) Fleischwirtschaft zeigt sich, dass die in dieser Arbeit ermittelten Strategien und Handlungsmuster unterschiedlicher Akteure weitestgehend in unverändertem Maße Bestand haben. Beispielhaft hierfür sind die neueren Entwicklungen um den ‚Niedersächsischen Weg‘ oder im ‚Kompetenznetzwerk Nutztierhaltung‘ (‚Borchert-Kommission‘).

Nachdem mit der vorliegenden Arbeit ein ganzheitlicher Blick auf das Produktionsnetzwerk Schwein ermöglicht wird, könnten weiterführende Forschungsprojekte daran anknüpfen, indem vereinzelte Teilbereiche genauer untersucht werden. Exemplarisch zu nennen ist hier die Ebene der interessengeleiteten Akteure. Wenngleich die herausragende Bedeutung dieser Akteursgruppe für die gesamte (Schweine-) Fleischwirtschaft bereits elaboriert wurde, bleibt festzuhalten, dass beispielsweise die Rolle und das Einflussvermögen der Medien in unzureichendem Maße ausgearbeitet wurden. So ist davon auszugehen, dass die gesamte Medienlandschaft wesentlich stärker auf das Produktionsnetzwerk Schwein einwirkt als es die Interviewpartner vermuten, was durch eine diskursanalytische Untersuchung zu belegen wäre.

## 9 Literaturverzeichnis

- ABELS, G. & BEHRENS, M. (1998): *ExpertInnen-Interviews in der Politikwissenschaft. Das Beispiel Biotechnologie*. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft 27 (1). S. 79-92.
- ABELS, H. (2009): *Einführung in die Soziologie. Band 1: Der Blick auf die Gesellschaft*. 4. Auflage. Wiesbaden.
- ADLWARTH, W. (2013): *Die neue Architektur der Märkte*. In: Lebensmittelzeitung vom 03.05.2013. S. 45.
- AKKAYA, G. (2012): *Nichtregierungsorganisationen als Akteure der Zivilgesellschaft – Eine Fallstudie über die Nachkriegsgesellschaft im Kosovo*. Wiesbaden.
- ALBERSMEIER, F. & SPILLER, A. (2009): *Das Ansehen der Fleischwirtschaft: Zur Bedeutung einer stufenübergreifenden Perspektive*. In: Spiller, A. & Theuvsen, L. (Hrsg.): *Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit*. Reihe: Agrarökonomie, Band 4. Lohmar. S. 213-251.
- ALBERSMEIER, F. & SPILLER, A. (2010): *Die Reputation der Fleischwirtschaft in der Gesellschaft: Eine Kausalanalyse*. In: *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e. V.* 45. S. 181-193.
- ALLEN, J. (2003): *Lost Geographies of Power*. Oxford.
- ALTVATER, E., BRUNNENGRÄBER, A., HAAKE, M., WALK, H. (1997): *Vernetzt und verstrickt: Nicht-Regierungsorganisationen als gesellschaftliche Produktivkraft*. Münster.
- ALTVATER, E. & BRUNNENGRÄBER, A. (2002): *NGOs im Spannungsfeld von Lobbyarbeit und öffentlichem Protest*. In: *Politik und Zeitgeschichte*, 2002. S. 6-14.
- AMI – AGRARMARKT INFORMATIONEN-GESELLSCHAFT MBH (2020): *AMI Markt Bilanz Vieh und Fleisch 2020 – Daten, Fakten, Entwicklungen, Deutschland, EU, Welt*. Bonn.
- AMIN, A. & THRIFT, N. (1992): *Neo-Marshallian nodes in global networks*. In: *International Journal of Urban and Regional Research* 16 (4). S. 571-587.
- AMIN, A. & THRIFT, N. (1994): *Globalization, Institutions and Regional Development in Europe*. Oxford.
- ANDERS, S. & WEBER, S. A. (2005): *Preisrigiditäten und Marktmacht im Lebensmittel Einzelhandel*. In: *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues: Umwelt- und Produktqualität im Agrarbereich*. Band 40. Münster. S. 303-313.
- APPELBAUM, E. (1982): *The Estimation of the Degree of Oligopoly Power*. In: *Journal of Econometrics* 19. S. 287-299.
- ARENDRT, H. (1996): *Macht und Gewalt*. München.
- ASHEIM, B. T. & COOKE, P. (1999): *Local learning and interactive innovation networks in a global economy*. In: Malecki, E. J. & Oinas, P. (Hrsg.): *Making connections: technological learning and regional economic change*. Aldershot u.a. S. 145-178.

- ATTESLANDER, P. (2006): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin.
- AUFHAUSER, E. & REINER, C. (2010): *Die Macht der Supermarktketten – Steuerung globaler Produktionsnetze durch den Einzelhandel*. In: Fischer, K., Reiner, C., Staritz, C. (Hrsg.): *Globale Güterketten – weltweite Arbeitsteilung und ungleiche Entwicklung*. Wien. S. 246-270.
- BAERNS, B. (1985): *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus: Zum Einfluss im Mediensystem*. Köln.
- BAERNS, B. (1991): *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus: Zum Einfluss im Mediensystem*. 2. Auflage. Köln.
- BAERNS, B. (2000): *Nicht sinnfällig, aber spektakulär. Auswirkungen des Zusammenspiels von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus auf die Spielregeln*. In: Wermke, J. (Hrsg.): *Ästhetik und Ökonomie*. Wiesbaden. S. 86-108.
- BAIR, J. (2005): *Global capitalism and commodity chains: Looking back, going forward*. In: *Competition and Change* 9 (2). S. 153-180.
- BAIR, J. (2008): *Analysing global economic organization: embedded networks and global chains compared*. In: *Economy and Society* 37 (3). S. 339-364.
- BALDWIN, R. (2006): *Globalisation: The great unbundling(s)*. In: *Globalisation Challenges for Europe and Finland*. Helsinki.
- BARHAM, N., DÖRRY, S, SCHAMP, E. W. (2007): *Relational governance and regional upgrading in global value chains: The case of package tourism in Jordan*. In: *Die Erde* 138. S. 169-186.
- BARTH, H. & DONSBACH, W. (1992): *Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations. Fallstudie am Beispiel von Pressekonferenzen zu Umweltthemen*. In: *Publizistik* 37 (2). S. 151-165.
- BATHELT, H. & DEWALD, U. (2008): *Ansatzpunkte einer relationalen Regionalpolitik und Clusterförderung*. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 52 (2-3). S. 163-179.
- BATHELT, H. & GLÜCKLER, J. (2012): *Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive*. 3. Auflage. Stuttgart.
- BATHELT, H. & JENTSCH, C. (2002): *Die Entstehung eines Medienclusters in Leipzig: Neues Netzwerke und alte Strukturen*. In: Gräf, P. & Rauh, J. (Hrsg.): *Networks and Flows: Telekommunikation zwischen Raumstruktur, Verflechtung und Informationsgesellschaft*. Hamburg. S. 31-74.
- BATHELT, H. & TAYLOR, M. (2002): *Clusters, power and place: inequality and local growth in time-space*. In: *Geografiska Annaler B* 84 (2). S. 93-109.
- BATHELT, H. (1994): *Die Bedeutung der Regulationstheorie in der wirtschaftsgeographischen Forschung*. In: *Geographische Zeitschrift* 82 (2). S. 63-90.
- BATHELT, H. (1998): *Regionales Wachstum in vernetzten Strukturen: Konzeptioneller Überblick und kritische Bewertung des Phänomens „Drittes Italien“*. In: *Die Erde* 129 (3). S. 247-271.

- BATHELT, H. (2004): *Toward a multidimensional conception of clusters: the case of the Leipzig media industry, Germany*. In: Power, D. & Scott, A. J. (Hrsg.): *Cultural Industries and the Production of Culture*. London. S. 147-168.
- BATHELT, H. (2005): *Geographies of production: growth regimes in spatial perspective (II) – Knowledge creation and growth in clusters*. In: *Progress in Human Geography* 29 (2). S. 204-216.
- BÄURLE, H. & TAMÁSY, C. (2012): *Regionale Konzentrationen der Nutztierhaltung in Deutschland*. Mitteilungsheft 79 des ISPA – Institut für Strukturforschung und Planung in agrarischen Intensivgebieten, Universität Vechta. Vechta.
- BECK, K. (2010): *Kommunikationswissenschaft*. 2. Auflage. Konstanz.
- BECKER, M. (2011): *Grundstrukturen der Politik in der Bundesrepublik Deutschland*. Opladen.
- BEILE, J., KLEIN, M., MAAK, K. (2007): *Zukunft der Fleischwirtschaft*. Düsseldorf.
- BELAYA, V. (2014): *Die Fleischmärkte in Deutschland – Teil 1: Schweinefleisch*. In: *Landpost* 02/2014. S. 12-13.
- BELL, G. G. & ZAHEER, A. (2007): *Geography, Networks and Knowledge Flow*. In: *Organization Science* (18). S. 955-972.
- BENKENSTEIN, M. & HENKE, N. (1993): *Der Grad vertikaler Integration als strategisches Entscheidungsproblem – Eine transaktionskostentheoretische Interpretation*. In: *DBW – Die Betriebswirtschaft*, Heft 1. S. 77-91.
- BENNER, M. (2012): *Clusterpolitik – Wege zur Verknüpfung von Theorie und politischer Umsetzung*. Münster.
- BERGER, W. (2009): *Macht*. Wien.
- BEVERBORG, R. (2013): *Wachstum in der Schweinemast – Was geht noch?* In: Veröffentlichung auf der Internetpräsenz der Landwirtschaftskammer (LWK) Niedersachsen vom 10.12.2013. URL: <http://www.lwk-niedersachsen.de/index.cfm/portal/6/nav/360/article/23906.html> (Abrufdatum: 21.10.2015).
- BIERSTEDT, R. (1950): *An Analysis of Social Power*. In: *American Sociological Review* 15 (6). S. 730-738.
- BIETH, T. (2012): *NGOs und Medien – Eine empirische Studie zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus*. Wiesbaden.
- BKARTA – BUNDESKARTELLAMT (2011): *Kontrollverfahren im Rahmen der beabsichtigten Fusion der Unternehmen Heinz Tummel GmbH & Co. KG und Tönnies Holding GmbH & Co. KG*. 2. Beschlussabteilung. Aktenzeichen B2-36/11. Bundeskartellamt, Bonn. URL: [http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Entscheidungen/Fusionnskontrolle/2011/B2-36-11.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=5](http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Entscheidungen/Fusionnskontrolle/2011/B2-36-11.pdf?__blob=publicationFile&v=5) (Abrufdatum: 23.04.2016).

- BKARTA – BUNDESKARTELLAMT (2014): *Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel – Darstellung und Analyse der Strukturen und des Beschaffungsverhaltens auf den Märkten des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland*. Bonn.
- BKARTA – BUNDESKARTELLAMT (2016): „Die 'Big Four' haben 85 Prozent Marktanteil“. Pressemitteilung des Bundeskartellamts vom 20.02.2016. URL: [http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Interviews/DE/2016/Fuldarer\\_Zeitung\\_Die\\_Big\\_Four\\_haben\\_85\\_Prozent\\_Marktanteil.html](http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Interviews/DE/2016/Fuldarer_Zeitung_Die_Big_Four_haben_85_Prozent_Marktanteil.html) (Abrufdatum: 14.06.2016).
- BKARTA – BUNDESKARTELLAMT (2017): *OLG Düsseldorf bestätigt Untersagung der Fusion EDEKA/Kaiser's Tengelmann*. Pressemitteilung des Bundeskartellamts vom 24.08.2017. URL: [http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2017/24\\_08\\_2017\\_OLG\\_Entscheidung.html](http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2017/24_08_2017_OLG_Entscheidung.html) (Abrufdatum: 13.09.2017).
- BLAIR, R. D. & DURRANCE, C. P. (2008): *The Economics of Monopsony*. In: Collins, W. D. (Hrsg.): *Issues in Competition Law and Policy*. Chicago.
- BLAU, P. M. (1964): *Exchange and Power in Social Life*. New York.
- BMEL – BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (2014): *Antibiotika in der Landwirtschaft – Mehr Schutz vor Antibiotika-Resistenzen durch Regelungen im Arzneimittelgesetz*. URL: [http://www.bmel.de/DE/Tier/Tiergesundheit/Tierarzneimittel/\\_texte/Antibiotika-Dossier.html;jsessionid=62E47620B2821AB245C54B4699D0C1F4.2\\_cid288?nn=539690&notFirst=true&docId=2661834](http://www.bmel.de/DE/Tier/Tiergesundheit/Tierarzneimittel/_texte/Antibiotika-Dossier.html;jsessionid=62E47620B2821AB245C54B4699D0C1F4.2_cid288?nn=539690&notFirst=true&docId=2661834) (Abrufdatum: 06.05.2016).
- BOGNER, A. & MENZ, W. (2005): *Das theoriegenerierende Experteninterview – Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion*. In: Bogner, A., Littig, B., Menz, W. (Hrsg.): *Das Experteninterview – Theorie, Methode, Anwendung*. 2. Auflage. Wiesbaden. S. 33-71.
- BOGNER, T. & BRUNNER, N. (2007): *Internationalisierung im deutschen Lebensmittelhandel – Möglichkeiten und Grenzen der Globalisierung*. Wiesbaden.
- BOSSERT, L. (2014): *Tierethik. Die verschiedenen Positionen und ihre Auswirkungen auf die Mensch-nichtmenschliche Tier-Beziehung*. In: Voget-Kleschin, L., Bossert, L., Ott, K. (Hrsg.): *Nachhaltige Lebensstile*. Marburg. S. 32-57.
- BOTT, J. (2013): *Die Wirkung von Macht auf Innovationen innerhalb einer öffentlichen Verwaltung*. Kassel.
- BÖTTGER, A. (1996): „Hervorlocken“ oder Aushandeln? *Zu Methodologie und Methode des „rekonstruktiven Interviews“ in der Sozialforschung*. In: STROBL, R. & BÖTTGER, A. (Hrsg.): *Wahre Geschichten? Zu Theorie und Praxis qualitativer Interviews*. Baden-Baden. S. 131-157.
- BOUDON, R. & BOURRICAUD, F. (1992): *Soziologische Stichworte: Ein Handbuch*. Wiesbaden.
- BRAMANTI, A. & RATTI, R. (1997): *The Multi-Faced Dimensions of Local Development*. In: Ratti, R., Bramanti, A., Gordon, R. (Hrsg.): *The Dynamics of Innovative Regions: The GREMI Approach*. Aldershot. S. 3-45.

- BRAUN, D. & GIRAUD, O. (2003): *Steuerungsinstrumente*. In: Schubert, K. & Bandelow, N. (Hrsg.): *Lehrbuch der Politikfeldanalyse*. München. S. 147-173.
- BRAUN, B. & SCHULZ, C. (2012): *Wirtschaftsgeographie*. 1. Auflage. Stuttgart.
- BRENNER, T. (2008): *Cluster dynamics and policy implications*. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 52 (2-3). S. 146-162.
- BRINKMANN, D. & PETERSEN, B. (2010): *Qualitätsverantwortung in der Wertschöpfungskette*. In: Petersen, B., Spiller, A., Theuvsen, L. (Hrsg.): *Vom Viehvermarkter zum Dienstleistungsprofi*. Bonn. S. 15-23.
- BRÖCKER, J. & FRITSCH, M. (2012): *Ökonomische Geographie*. München.
- BROOKS, A. (2012): *Network of power and corruption: the trade of Japanese used cars to Mozambique*. In: *The Geographical Journal* 178 (1). S. 80-92.
- BRUHN, M. (1997): *Kommunikationspolitik – Bedeutung, Strategien, Instrumente*. München.
- BRUHN, M. (2007): *Kommunikationspolitik – Grundlagen der Unternehmenskommunikation*. 4. Auflage. München.
- BRUNNENGRÄBER, A., KLEIN, A., WALK, H. (2001): *NGOs als Legitimationsressource – Zivilgesellschaftliche Partizipationsformen im Globalisierungsprozess*. Opladen.
- BRUSSIG, M., KINKEL, S., LAY, G. (2003): *Verbreitung und Nutzen regionaler Netzwerke in der deutschen Investitionsgüterindustrie*. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 47 (1). S. 29-41.
- BUDDE, F.-J. (2000): *Es geht nicht um Kampfpreise*. In: *Landwirtschaftliches Wochenblatt Weser-Ems* 46. S. 22-23.
- BURKART, R. (2002): *Kommunikationswissenschaft – Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. 4. Auflage. Stuttgart.
- BUSCHMEIER, U. (1995): *Macht und Einfluß in Organisationen*. Göttingen.
- CAIRNCROSS, F. (1997): *The Death of Distance*. Boston/MA.
- CARLTON, D. & PERLOFF, J. (2005): *Modern Industrial Organization*. 4. Auflage. Reading.
- CASTELLS, M. (1996): *The Rise of the Network Society*. In: *The information age: Economy, Society and Culture* 1. Oxford.
- CASTELLS, M. (2001): *Das Informationszeitalter 1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*. Opladen.
- CATELO, M. A. O. & COSTALES, A. C. (2008): *Contract Farming and other Market Institutions as Mechanisms for Integrating Smallholder Livestock Producers in the Growth and Development of the Livestock Sector in Developing Countries*. PPLPI Working Paper No. 45.
- CHALLIES, E. & MURRAY, W. E. (2011): *The Interaction of Global Value Chains and Rural Livelihoods: The Case of Smallholder Raspberry Growers in Chile*. In: *Journal of Agrarian Change* 11 (1). S. 29-59.

- CHURCH, J. (2008): *Monopsony and Buyer Power*. In: OECD-Policy-Roundtable on Monopsony and Buyer Power. URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/44445750.pdf> (Abrufdatum: 11.11.2014).
- COASE, R. H. (1937): *The Nature of the Firm*. In: *Economica* 4. S. 386-405.
- COE, N. M. & HESS, M. (2005): *The internationalization of retailing: implications for supply network restructuring in East Asia and Eastern Europe*. In: *Journal of Economic Geography* 5 (4). S. 449-473.
- COE, N. M. & HESS, M. (2007): *Global Production Networks: challenges and debates*. Paper prepared for the GPERG workshop, University of Manchester, 25-26 January 2007.
- COE, N. M. & HESS, M. (2011): *Local and Regional Development: A Global Production Networks Approach*. In: Pike, A., Rodriguez-Pose, A., Tomaney, J. (Hrsg.): *Handbook of Local and Regional Development*. London. S. 128-138.
- COE, N. M. & LEE, Y.-S. (2005): *The strategic localization of transnational retailers: the case of Samsung-Tesco in South Korea*. (=GPN Working Paper 11). URL: <http://www.sed.manchester.ac.uk/geography/research/gpn/gpnwp11.pdf> (Abrufdatum: 17.06.2015).
- COE, N. M. & WRIGLEY, N. (2007): *Host economy impacts of transnational retail: the research agenda*. In: *Journal of Economic Geogrphy* 7 (4). S. 341-371.
- COE, N. M. & YEUNG, H. W.-C. (2015): *Global Production Networks – theorizing economic development in an interconnected world*. Oxford.
- COE, N. M. (2004): *Global production networks in retailing: supply chain implications for East Asia and Eastern Europe* (=GPN Working Paper 9). Manchester. URL: <http://www.sed.manchester.ac.uk/geography/research/gpn/gpnwp9.pdf> (Abrufdatum: 20.06.2015).
- COE, N. M. (2009): *Global production networks*. In: Kitchin, R. & Thrift, N. (Hrsg.): *The international encyclopedia of human geography*. 4. Auflage. Oxford. S. 556-562.
- COE, N. M. (2012): *Geographies of production II: A global production networks A-Z*. In: *Progress in Human Geography* 36. S. 389-402.
- COE, N. M., DICKEN, P., HESS, M. (2008a): Introduction: *Global Production Networks – Debates and Challenges*. In: *Journal of Economic Geography* 8. S. 267-269.
- COE, N. M., DICKEN, P., HESS, M. (2008b): *Global production networks: Realizing the potential*. In: *Journal of Economic Geography* 8. S. 271-295.
- COE, N. M., HESS, M., YEUNG, H., DICKEN, P., HENDERSON, J. (2004): „Globalizing“ regional development: a global production networks perspective. In: *Transactions of the Institute of British Geographers* NS 29. S. 468-484.
- COE, N. M., NEIL M., DICKEN, P., HESS, M. (2008): *Global production networks: realizing the potential*. In: *Journal of Economic Geography* (8). S. 271-295.
- COLEMAN, J. S. (1979): *Macht und Gesellschaftsstruktur*. Tübingen.
- COOK, T. E. (2005): *Governing with the news – The news media as a political institution*. 2. Auflage. Chicago.



- COOKE, P. (1998): *Introduction: origins in the concept*. In: Braczyk, H.-J., Cooke, P., Heidenreich, M. (Hrsg.): *Regional Innovation Systems – The role of governances in a globalized world*. London. S. 2-27.
- COOMBS, R., RICHARDS, A., SAVIOTTI, P. P., WALSH, V. (1996): *Introduction: Technological collaboration and networks of alliances in the innovation process*. In: Coombs, R. (Hrsg.): *Technological Collaboration in Industrial Innovation*. Cheltenham. S. 1-17.
- COPE, M. (2010): *Coding Qualitative Data*. In: Hay, I. (Hrsg.): *Qualitative Research Methods in Human Geography*. Oxford.
- CORDTS, A., DUMAN, N., GRETHE, H., NITZKO, S., SPILLER, A. (2013): *Auswirkungen eines verminderten Konsums von tierischen Produkten in Industrieländern auf globale Marktbilanzen und Preise*. In: Landwirtschaftliche Rentenbank (Hrsg.): *Sicherung der Welternährung bei knappen Ressourcen*. Schriftenreihe der Landwirtschaftlichen Rentenbank 29. S. 103-135.
- CROPLEY, A. J. (2008): *Qualitative Forschungsmethoden – Eine praxisnahe Einführung*. Eschborn.
- DAFA – DEUTSCHE AGRARFORSCHUNGSALLIANZ (2012): *Fachforum Nutztiere: Wissenschaft, Wirtschaft, Gesellschaft – gemeinsam für eine bessere Tierhaltung*. Forschungsstrategie der deutschen Agrarforschungsallianz. Braunschweig.
- DAHL, R. A. (1957): *The Concept of Power*. In: *Behavioral Science* 2 (3). S. 201-215.
- DANNENBERG, P. & KINDER, S. (2004): *Branchencluster in der amtlichen Statistik Nordrhein-Westfalens*. In: *Petermanns geographische Mitteilungen*, 148/4. S. 52-55.
- DANNENBERG, P. & KULKE, E. (2005): *The Importance of Agrarian Clusters for Rural Areas – Results of Case Studies in Eastern Germany and Western Poland*. In: *Die Erde* 136/3. S. 291-309.
- DANNENBERG, P. (2007a): *Identifizierung und Förderung regionaler Agrarsysteme in ländlichen Räumen Polens und Ostdeutschlands*. In: *Europa Regional* 15 (3). S. 126-135.
- DANNENBERG, P. (2007b): *Cluster-Strukturen in landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten in Ostdeutschland und Polen – Am Beispiel des Landkreises Elbe-Elster und des Powiats Pырzyce*. Münster.
- DANNENBERG, P. (2012): *Standards in internationalen Wertschöpfungsketten – Ziele, Akteure und Governance in der Obst- und Gemüse-Wertkette Kenia – EU*. Münster.
- DBV – DEUTSCHER BAUERNVERBAND E.V. (2015): *Situationsbericht 2015/16 – Trends und Fakten zur Landwirtschaft*. Berlin.
- DE BOER, J., HOOGLAND, C. T., BOERSEMA, J. J. (2007): *Towards more sustainable food choices: value priorities and motivational orientations*. In: *Food Quality and Preference* 18. S. 985-996.
- DE MAN, A.-P. (2008): *Knowledge Management and Innovation in Networks*. Cheltenham, Northampton/MA.
- DEIMEL, M. & THEUVSEN, L. (2010): *Standortvorteil Nordwestdeutschland? Eine Untersuchung zum Einfluss von Netzwerk- und Clusterstrukturen in der Schweinefleischer-*

- zeugung. Diskussionsbeitrag Nr. 1004 des Departments für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Universität Göttingen. Göttingen.
- DEIMEL, M. (2010): *Organisation von Netzwerken in der Fleischwirtschaft: Informationsaustausch – Clusterstrukturen – Wettbewerbsfähigkeit*. Göttingen.
- DER SPIEGEL (2003): *Andas Vorwärtsverteidigung*. Ausgabe 27/2003.
- DESTATIS – STATISTISCHES BUNDESAMT (2016): *Fleischerzeugung im Jahr 2015 mit neuem Rekordwert*. URL: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/LandForstwirtschaftFischerei/TiereundtierischeErzeugung/AktuellSchlachtungen.html>. (Abrufdatum: 25.04.2016).
- DESTATIS – STATISTISCHES BUNDESAMT (2021): *Geschlachtete Tiere, Schlachtmenge in Deutschland nach Jahren*. URL: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?language=de&sequenz=tabelleErgebnis&selectionname=41331-0001#abreadcrumb> (Abrufdatum: 10.08.2021).
- DFV – DEUTSCHER FLEISCHER-VERBAND (2015): *Schlachtkonzern forciert Vernetzung der Kette*. Pressemitteilung veröffentlicht auf der Verbandshomepage. URL: <http://www.fleischwirtschaft.de/wirtschaft/nachrichten/Toennies-forciert-Vernetzung-der-Kette-23734?crefresh=1> (Abrufdatum: 26.04.2016).
- DICKEN, P. & HASSLER, M. (2000): *Organizing the Indonesian clothing industry in the global economy: the role of business networks*. In: *Environment & planning* 32 (2). S. 263-280.
- DICKEN, P. & MALMBERG, A. (2001): *Firms in Territories: A Relational Perspective*. In: *Economic Geography* 77. S. 345- 363.
- DICKEN, P. (2003): *Global Production Networks in Europe and East Asia: The automobile components industries* (= GPN Working Paper 7). Manchester. URL: <http://www.sed.manchester.ac.uk/geography/research/gpn/gpnwp7.pdf> (Abrufdatum: 12.12.2013).
- DICKEN, P. (2011): *Global Shift. Mapping the Changing Contours of the World Economy*. 6. Auflage. London u.a.
- DICKEN, P., KELLY, P., OLDS, K., YEUNG, H. W.-C. (2001): *Chains and networks, territories and scales: towards an analytical framework for the global economy*. In: *Global Networks* 1 (2). S. 89-112.
- DIECKMANN, D.-S. (1999): *Internationale Unternehmensnetzwerke und regionale Wirtschaftspolitik. Kompetenzzentren in der Multimedia-Industrie*. Wiesbaden.
- DIE MARKE DER BAUERN (2015): *Lückenlose Kontrolle vom Landwirt bis zur Ladentheke*. URL: <http://www.diemarkederbauern.de/anspruch.html> (Abrufdatum: 15.07 2016).
- DIETSCHKE, C. (2010): *Umweltgovernance in globalen Wertschöpfungsketten – Umweltschutz und Qualitätssicherung im Handel mit tropischen Garnelen und Ledererzeugnissen*. Münster.

- DIETZ, S. (1995): *Die Legitimationsmacht der Öffentlichkeit: Die öffentliche Meinung der Mediendemokratie*. In: Göhler, G. (Hrsg.): *Macht der Öffentlichkeit – Öffentlichkeit der Macht*. Baden-Baden. S. 115-131.
- DOBSON, P. W. & WATERSON, M. (1997): *Countervailing power and Consumer Prices*. In: *Economic Journal* 107. S. 418-430.
- DOLAN, C. & HUMPHREY, J. (2004): *Changing Governance Patterns in the Trade in Fresh Vegetables Between Africa and the United Kingdom*. In: *Environment and Planning A* 36 (3). S. 491-509.
- DORER, J. & MARSCHIK, M. (1993): *Kommunikation und Macht: Public Relations – eine Annäherung*. Wien.
- DÖRNER, A. (2001): *Politainment – Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt/Main.
- DÖRRY, S. (2008): *Globale Wertschöpfungsketten im Tourismus*. Münster.
- DRESCHER, K. (1999): *Preisbildung und Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel*. In: *Agrarwirtschaft* 48. S. 230-239.
- DUDA, H. (1987): *Macht oder Effizienz?* Frankfurt/Main.
- EDEKA (2014): *EDEKA stellt Ergebnisse des Geschäftsjahres 2013 vor: Selbstständiger Einzelhandel bleibt Erfolgsgarant*. Pressemitteilung auf der EDEKA-Verbundshomepage. URL: [http://www.edeka-verbund.de/Unternehmen/de/presse/newsservices/presse\\_3/presse\\_detail\\_gruppe\\_741313.jsp](http://www.edeka-verbund.de/Unternehmen/de/presse/newsservices/presse_3/presse_detail_gruppe_741313.jsp) (Abrufdatum: 10.06.2016).
- EFKEN, J. (2013): *Fleischverarbeitung: Kostenvergleich nur bedingt möglich – Vergleich der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Schlacht- und Zerlegebetriebe*. In: *Fleischwirtschaft* 93 (12). S.21-27.
- EFKEN, J. (2016): *Der Markt für Fleisch und Fleischprodukte*. In: *German Journal of Agricultural Economics (GJAE)* 65 (Supplement). S. 40-51.
- EFKEN, J., DEBLITZ, C., KREINS, P., KRUG, O., KÜEST, S., PETER, G., HAß, M. (2015): *Stellungnahme zur aktuellen Situation der Fleischerzeugung und Fleischwirtschaft in Deutschland*. Thünen Working Paper 42. Braunschweig.
- ERLEI, M. (2008): *Macht in der Ökonomik: allgegenwärtig, erfassbar, erklärbar und als erklärende Größe verzichtbar*. In: Held, M., Kubon-Gilke, G., Storn, R. (Hrsg.): *Jahrbuch Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomik*. Band 7: *Macht in der Ökonomie*. Marburg. S. 241-269.
- ERNST, D. & KIM, L. (2001): *Global production networks, knowledge diffusion and local capability formation*. In: *Research Policy* 31 (8/9). S. 1417-1430.
- ESSLETZBICHLER, J. (2002): *Evolutionäre Wirtschaftsgeographie. Neues Forschungsparadigma oder Sackgasse?* In: *Geographischer Jahresbericht aus Österreich* 59. S. 11-30.

- FISCHER, K. (2010): *Die globalisierte Lachsindustrie – Vom Süden Chiles ins Kühlregal des Supermarktes*. In: Fischer, K., Reiner, C., Staritz, C. (Hrsg.): Globale Güterketten – weltweite Arbeitsteilung und ungleiche Entwicklung. Wien. S. 98-119.
- FISCHER, K., REINER, C., STARITZ, C. (2010): *Einleitung – Globale Güterketten, weltweite Arbeitsteilung und ungleiche Entwicklung*. In: Fischer, K., Reiner, C., Staritz, C. (Hrsg.): Globale Güterketten – weltweite Arbeitsteilung und ungleiche Entwicklung. Wien. S. 7-24.
- FLEISCHMANN, B., FERBER, S., HENRICH, P. (2006): *Strategic Planning of BMW's Global Production Network*. In: Interfaces 36 (3). S. 194-208.
- FLEISCHWIRTSCHAFT (2016): *Deutschland sucht das China-Schwein – Die Hoffnungen der deutschen Schweinefleischerzeuger richten sich mehr und mehr auf China*. URL: <http://www.fleischwirtschaft.de/wirtschaft/nachrichten/Fleischexporte-Deutschland-sucht-das-China-Schwein-32219> (Abrufdatum: 15.04.2016).
- FLICK, U. (2009): *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. 2. Auflage, Hamburg.
- FLICK, U. (2010): *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. 3. Auflage, Hamburg.
- FLICK, U. (2011): *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. 4. Auflage. Hamburg.
- FLYNN, A. & MARSDEN, T. (1992): *Food Regulation in a Period of Agricultural Retreat: The British Experience*. In: Geoforum 23 (1). S. 85-93.
- FRANZ, M. & HASSLER, M. (2008): *Globale Produktionsnetzwerke in der Biobranche: Indischer Pfeffer für schwäbisches Biofleisch*. In: Geographische Rundschau 60. S. 28-34.
- FRANZ, M. (2010a): *The potential of collective power in a global production network: UNICOME and Metro Cash & Carry in India*. In: Erdkunde 64 (3). S. 281-290.
- FRANZ, M. (2010b): *The role of resistance in a retail production network: protests against supermarkets in India*. In: Singapore Journal of Tropical Geography 31 (3). S. 317-329.
- FRANZ, M. (2011): *Globalisierung im Einzelhandel – Akteure und ihre Machtbeziehungen*. In: Geographische Rundschau 63 (5). S. 4-10.
- FRANZ, M. (2013): *Lieferketten im Einzelhandel – zwischen Globalisierung und lokaler Einbettung*. In: Franz, M. (Hrsg.): Lieferketten im Einzelhandel. Mannheim. S. 7-19.
- FRENCH, J. R. P. & RAVEN, B. H. (1959): *The bases of social power*. In: Cartwright, D. (Hrsg.): Studies in social power. Michigan. S. 150-167.
- FRITSCH, M., KOSCHATZKY, K., SCHÄTZL, L., STERNBERG, R. (1998): *Regionale Innovationspotenziale und innovative Netzwerke*. In: Raumforschung und Raumordnung 56 (4). S. 243-252.
- FROMHOLD-EISEBITH, M. & EISEBITH, G. (2008): *Clusterförderung auf dem Prüfstand: eine kritische Analyse*. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 52 (2/3). S. 79-94.
- FROMHOLD-EISEBITH, M. (1995): *Das „kreative Milieu“ als Motor regionalwirtschaftlicher Entwicklung. Forschungstrends und Erfassungsmöglichkeiten*. In: Geographische Zeitschrift 83 (1). S. 30-47.

- FUCHS, M. (2003): *Governance in transnationalen Unternehmen und Wertschöpfungsketten. Zur Annäherung an ein theoretisches Konzept*. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 47 (3/4). S. 177-187.
- GARBERT, J. (2013): *Neues Baugesetz: Was geht noch im Stallbau?* In: Top Agrar 11/2013. S. 32-39.
- GELLERT, P. K. (2003): *Renegotiating a timber commodity chain: Lessons from Indonesia on the political construction of global commodity chains*. In: Sociological Forum 18: 53.
- GENOSKO, J. (1999): *Netzwerke in der Regionalpolitik. Einige theoretische Überlegungen*. Ingolstadt.
- GEREFFI, G. & CHRISTIAN, M. (2010): *Trade, Transnational Corporations and Food Consumption: A Global Value Chain Approach*. In: Hawkes, C., Blouin, C., Henson, S., Drager, N., Dube, I. (Hrsg.): *Trade, Food, Diet and Health: Perspectives and Policy Options*. Oxford. S. 91-110.
- GEREFFI, G. & FERNANDEZ-STARK, K. (2011): *Global Value Chain Analysis: A Primer*. Durham. URL: [http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-05-31\\_GVC\\_analysis\\_a\\_primer.pdf](http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-05-31_GVC_analysis_a_primer.pdf) (Abrufdatum: 12.12.2013).
- GEREFFI, G. & KORZENIEWICZ, M. (1990): *Commodity Chains and Footwear Exports in the Semiperiphery*. In: Martin, W. G. (Hrsg.): *Semiperipheral States in the World-Economy*. New York. S. 45-68.
- GEREFFI, G. & KORZENIEWICZ, M. (1994): *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport.
- GEREFFI, G. & MAYER, F. (2006): *Globalization and the demand for governance*. In: Gereffi G. (Hrsg.): *The new offshoring of jobs and global development*. ILO Social Policy Lectures. Geneva.
- GEREFFI, G. (1994): *The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains. How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks*. In: Gereffi, G. & Korzeniewicz, M. (Hrsg.): *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport. S. 95-122.
- GEREFFI, G. (1996): *Global commodity chains: New forms of coordination and control among nations and firms in international industries*. In: Money Publishing (Hrsg.): *Competition & Change* 4. London. S. 427-439.
- GEREFFI, G. (1999): *International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain*. In: *Journal of International Economics* 48. S. 37-70.
- GEREFFI, G. (2001): *Beyond the Producer-driven/ Buyer-driven Dichotomy*. In: *IDS Bulletin* 32 (3). S. 30-40.
- GEREFFI, G., HUMPHREY, J., STURGEON, T. (2005): *The governance of global value chains*. In: *Review of international political economy* 12 (1). S. 78-104.
- GEREFFI, G., KORZENIEWICZ, M., KORZENIEWICZ, R. P. (1994): *Introduction: Global Commodity Chains*. In: Gereffi, G. & Korzeniewicz, M. (Hrsg.): *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport. S. 1-14.

- GIBBON, P. (2008): *Governance, entry barriers, upgrading: a re-interpretation of some GVC concepts from the experience of African clothing exports*. In: *Competition and Change* 12 (1). S. 29-48.
- GIBBON, P., BAIR, J., PONTE, S. (2008): *Governing global value chains: an introduction*. In: *Economy and Society* 37 (3). S. 315-338.
- GIDDENS, A. (1994): *The Consequences of Modernity*. Cambridge.
- GIESE, E., MOSSIG, I., SCHRÖDER, H. (2011): *Globalisierung der Wirtschaft*. Paderborn.
- GLÜCKLER, J. (2001): *Zur Bedeutung von Embeddedness in der Wirtschaftsgeographie*. In: *Geographische Zeitschrift* 89. S. 211-226.
- GÖBEL, E. (2002): *Neue Institutionenökonomik – Konzeption und betriebswirtschaftliche Anwendung*. Stuttgart.
- GOHIN, A. & GUYOMARD, H. (2000): *Measuring Market Power for Food Retail Activities: French Evidence*. In: *Journal of Agricultural Economics* 51 (2). S. 181-195.
- GÖTZE, U. & LANG, R. (2008): *Strategisches Management: Herausforderungen und Lösungsansätze im Spannungsfeld von Globalisierung und Rationalisierung*. In: Götz, U. & Lang, R. (Hrsg.): *Strategisches Management zwischen Globalisierung und Rationalisierung*. Wiesbaden. S. 3-11.
- GRABHER, G. (1993a): *Rediscovering the social in the economics of interfirm relations*. In: Grabher, G. (Hrsg.): *The embedded firm – On the socioeconomics of industrial networks*. London. S. 1-32.
- GRABHER, G. (1993b): *The weakness of strong ties: the lock-in of regional development in the Ruhr area*. In: Grabher, G. (Hrsg.): *The embedded firm – On the socioeconomics of industrial networks*. London. S. 255-277.
- GRABHER, G. (2001): *Ecologies of creativity: The village, the group, and the heterarchic organization of the British advertising industry*. In: *Environment and Planning A* 33. S. 351-374.
- GRABHER, G. (2006): *Handelsrouten, Umwege, gefährliche Kreuzungen: Die Wege des Netzwerkbegriffs von der Wirtschaftssoziologie in die Wirtschaftsgeographie (und retour)*. In: Berndt, C. & Glückler, J. (Hrsg.): *Denkanstöße zu einer anderen Geographie der Ökonomie*. Bielefeld. S. 77-110.
- GRABHER, G. (2009): *Networks*. Bonn.
- GRANOVETTER, M. (1973): *The Strength of Weak Ties*. In: *American Journal of Sociology* 78 (6). S. 1360-1380.
- GRANOVETTER, M. (1985): *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. In: *American Journal of Sociology* 91 (3). S. 481-510.
- GRAUMANN, C. G. (2001): *Introducing social psychology historically*. In: Hewstone, M. & Stroebe, W. (Hrsg.): *Introduction to Social Psychology: A European Perspective*. 3. Ausgabe. Oxford. S. 3-22.
- GREGORY, D., JOHNSTON, R., PRATT, G., WATTS, M. J., WHATMORE, S. (2009): *The Dictionary of Human Geography*. 5. Auflage. Oxford.

- GRIEVINK, J.-W. (2003): *The Changing Face of the Global Food Supply Chain*. Den Haag.
- GROSSENBACHER, R. (1986): *Die Medienmacher – Eine empirische Untersuchung zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien in der Schweiz*. Solothurn.
- GROTZ, R. & BRAUN, B. (1993): *Networks, Milieux and individual firm strategies: empirical evidence of an innovative SME environment*. In: *Geografisker Annaler* 75B (3). S. 149-163.
- GRUNDLACH, O. (2011): *Globale Produktionsnetzwerke – Erreicht die Globalisierung einen Wendepunkt?* Hamburg.
- GRUNERT, K. G. (2006): *Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption*. In: *Meat Science* 74. S. 149-160.
- GWYNNE, R. N. (2008): *UK retail concentration, Chilean wine producers and value chains*. In: *The Geographical Journal* 174 (2). S. 97-108.
- HAAS, H.-D. & NEUMAIR, S.-M. (2007): *Wirtschaftsgeographie*. Darmstadt.
- HAJNAL, I. (2012): *Macht und Kommunikation*. In: Knoblach, B., Oltmanns, T., Hajnal, I., Fink, D. (Hrsg.): *Macht in Unternehmen – der vergessene Faktor*. Wiesbaden. S. 291-305.
- HÅKANSSON, H. & JOHANSON, J. (1993): *The network as a governance structure: inter-firm cooperation beyond markets and hierarchies*. In: Grabher, G. (Hrsg.): *The embedded firm – On the socioeconomics of industrial networks*. London. S. 35-51.
- HÅKANSSON, H. (1987): *Technological Innovation through Interaction*. In: Hakansson, H. (Hrsg.): *Industrial Technological Development – A Network Approach*. Beckenham. S. 3-25.
- HAN, B.-C. (2005): *Was ist Macht?* Stuttgart.
- HANF, C.-H. & HANF, J. H. (2004): *Internationalisierung des Lebensmitteleinzelhandels und dessen Auswirkung auf den Ernährungssektor*. In: ÖGA – Österreichische Gesellschaft für Agrarökonomie (Hrsg.): *Standards in der Agrar- und Ernährungswirtschaft – Lokale und globale Herausforderungen*. Jahrbuch der ÖGA, Band 14. S. 87-98.
- HARRISON, B. (1992): *Industrial Districts: Old Wine in New Bottles?* In: *Regional Studies* 26 (5). S. 469-483.
- HASSAN, D. & SIMONI, M. (2001): *Price Linkage and Transmission between Shippers and Retailers in the French Fresh Vegetables Channel*. Toulouse.
- HAUNSCHILD, A., NIENHUESER, W., WEISKOPF, R. (2009): *Power in organizations – power of organisations*. In: *Management-Revue* 20 (4): Special issue.
- HENDERSON, J. (2005): *Global Production Networks, Competition, Regulation and Poverty Reduction: Policy Implications*. Manchester. URL: <http://www.competition-regulation.org.uk/conferences/mcr05/henderson.pdf> (Abrufdatum: 12.12.2013).
- HENDERSON, J., DICKEN, P., HESS, M., COE, N., YEUNG, H. W.-C. (2002): *Global production networks and the analysis of economic development*. In: *Review of International Political Economy* 9 (3). S. 436-464.

- HENDRICKSON, M., WILKINSON, J., HEFFERNAN, W., GRONSKI, R. (2008): *The Global Food System and Nodes of Power*. Columbia. URL: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1337273](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1337273) (Abrufdatum 12.12.2013).
- HERDZINA, K. (1999): *Wettbewerbspolitik*. 5. Auflage. Stuttgart.
- HESS, M. & COE, N. (2006): *Making connections: Global production networks, standards and embeddedness in the mobile telecommunications industry*. In: Environment and Planning A 38 (7). S. 1205-1227.
- HESS, M. & YEUNG, H.W.-C. (2006): *Whither global production networks in economic geography: past, present and future*. In: Environment and Planning A 38 (7). S. 1193-1204.
- HESS, M. (2006): *Unternehmensnetzwerke und Netzwerktheorie*. In: Haas, H.-D. & Neumair, S.-M. (Hrsg.): *Internationale Wirtschaft. Rahmenbedingungen, Akteure, räumliche Prozesse*. München. S. 557-579.
- HIRSCHMAN, A. O. (1958): *The Strategy of Economic Development*. New Haven.
- HOFFMANN, K. (2005): *Discounter Machen den Markt*. In: Lebensmittelzeitung vom 09.09.2005. S. 47.
- HOPF, C. (1995): *Qualitative Interviews in der Sozialforschung. Ein Überblick*. In: FLICK, U., VON KARDORFF, E., KEUPP, H., VON ROSENSTIEL, L., WOLFF, S. (Hrsg.): *Handbuch Qualitative Sozialforschung – Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*. Weinheim. S. 177-182.
- HORTMANN-SCHOLTEN, A. (1999): *Mehr Mittelmaß produzieren*. In: DLG-Mitteilungen 8/1999. S. 62-63.
- HORTMANN-SCHOLTEN, A. (2000): *Struktur mangelhaft*. In: Landwirtschaftliches Wochenblatt Weser-Ems 4. S. 32-35.
- HORTMANN-SCHOLTEN, A. (2016): *Fleisch-Export: Wie in China punkten?* In: SUS – Schweinezucht und Schweinemast. 2/2016. S. 60-64.
- HUDSON, R. (2008): *Cultural political economy meets global production networks: a productive meeting?* In: Journal of International Geography 8 (3). S. 421-440.
- HUGHES, A. & REIMER, S. (2004): *Introduction: geographies of commodity chains*. In: Hughes, A. & Reimer, S. (Hrsg.): *Geographies of commodity chains*. London u. a. S. 1-16.
- HUGHES, D. (2009): *European Food Marketing: Understanding Consumer Wants – The Starting Point in Adding Value to Basic Food Products*. In: Euro Choices 8 (3). S. 6-13.
- HUGON, P. (1988): *L'industrie agro-alimentaire: analyse en termes de filières*. In: Revue tiers-monde 29 (115). S. 665-693.
- HUMPHREY, J. & SCHMITZ, H. (2002): *Governance in global value chains*. In: IDS Bulletin 32 (3). S. 1-14.
- HUMPHREY, J. & SCHMITZ, H. (2004): *Governance in global value chains*. In: Schmitz, H. (Hrsg.): *Local enterprises in the global economy*. Cheltenham. S. 95-109.



- IMBUSCH, P. (1998): *Macht und Herrschaft in der Diskussion*. In: Imbusch, P. (Hrsg.): *Macht und Herrschaft sozialwissenschaftlicher Konzeptionen und Theorien*. S. 9-26.
- IMBUSCH, P. (2008): *Macht und Herrschaft*. In: Korte, H. & Schäfers, B. (Hrsg.): *Einführung in die Hauptbegriffe der Soziologie*. Wiesbaden. S. 163-185.
- INDERST, R. & WEY, C. (2007): *Die Wettbewerbsanalyse von Nachfragemacht aus verhandlungstheoretischer Sicht*. Research Notes 25. DIW – Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin.
- INDERST, R. (2013): *Implications of Buyer Power and Private Labels on 'Vertical Competition' and Innovation*. Berlin.
- INHETVEEN, K. (2008): *Macht*. In: Baur, N., Korte, H., Löw, M., Schroer, M. (Hrsg.): *Handbuch Soziologie*. Wiesbaden. S. 253-273.
- ISN-INTERESSENGEMEINSCHAFT DER SCHWEINEHALTER DEUTSCHLANDS E.V. (2012): *ISN-Schlachthofranking: Schweineschlachter nach starker Wachstumsphase bei Schlachtzahlen auf Konsolidierungskurs – Konzentrationsdruck ungebrochen*. ISN-Pressemitteilung vom 23.03.2012.
- ISN-INTERESSENGEMEINSCHAFT DER SCHWEINEHALTER DEUTSCHLANDS E.V. (2014): *ISN-Position zu Abrechnungsmasken*. ISN-Pressemitteilung vom 09.12.2014.
- ISN-INTERESSENGEMEINSCHAFT DER SCHWEINEHALTER DEUTSCHLANDS E.V. (2015a): *ISN-Schlachthofranking 2014 – Teil 1: Wie Deutschlands Top 4-Schweineschlachter auf die Herausforderungen reagieren*. ISN-Pressemitteilung vom 20.03.2015.
- ISN-INTERESSENGEMEINSCHAFT DER SCHWEINEHALTER DEUTSCHLANDS E.V. (2015b): *ISN-Schlachthofranking 2014 – Teil 2: Schlachtbranche im Umbruch – Die Plätze 1-10.* ISN-Pressemitteilung vom 23.03.2015.
- ISN-INTERESSENGEMEINSCHAFT DER SCHWEINEHALTER DEUTSCHLANDS E.V. (2016): *ISN-Schlachthofranking 2015 – Preiskrise in Europa – scharfer Wettbewerb auf den Märkten*. ISN-Pressemitteilung vom 04.04.2016.
- ISN-INTERESSENGEMEINSCHAFT DER SCHWEINEHALTER DEUTSCHLANDS E.V. (2021): *ISN-Schlachthofranking 2020: Große Herausforderungen durch Corona und ASP*. ISN-Pressemitteilung vom 27.04.2021.
- JANNING, F. (2012): *Das politische Organisationsfeld – politische Macht in komplexen Demokratien*. In: Knoblich, B., Oltmanns, T., Hajnal, I., Fink, D. (Hrsg.): *Macht in Unternehmen – der vergessene Faktor*. Wiesbaden. S. 347-363.
- JANSEN, D. & WALD, A. (2007): *Netzwerktheorien*. In: Benz, A., Lütz, S., Schimank, U., Simonis, G. (Hrsg.) *Handbuch Governance – Theoretische Grundlagen und empirische Anwendungsfelder*. Wiesbaden. S. 188-200.
- JANSEN, D. (1999): *Einführung in die Netzwerkanalyse – Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Opladen.
- JARREN, O. & DONGES, P. (2011): *Politische Kommunikation in der Medienlandschaft – Eine Einführung*. 3. Auflage. Wiesbaden.

- JESSOP, B. (1992): *Fordism and Post-Fordism – A critical Reformulation*. In: Storper, M. & Scott, A. J. (Hrsg.): *Pathways to Industrialization and Regional Development*. London. S. 46-69.
- KAESLER, D. (2003): *Max Weber – Eine Einführung in Leben, Werk und Wirkung*. 3. Auflage. Frankfurt/New York.
- KALBERG, S. (2006): *Max Weber lesen*. Bielefeld.
- KALKA-RÜTTEN, M. (2006): *Macht und Herrschaft in Bildungsorganisationen – Ein empirisch begründeter Vergleich von Macht- und Herrschaftskonzepten am Beispiel von Arbeitsbesprechungen*. Frankfurt/Main.
- KAMPS, K. (2007): *Politisches Kommunikationsmanagement – Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung*. Wiesbaden.
- KAPLINSKY, R. & MORRIS, M. (2001): *A Handbook for Value Chain Research*. Paper prepared for the IDRC. URL: <http://www.prism.uct.ac.za/Papers/VchNov01.pdf> (Abrufdatum: 07.12.2014).
- KAPLINSKY, R. (2004): *Spreading the gains from globalization: What can be learned from value-chain analysis?* In: *Problems of Economic Transition* 47 (2). S. 74-115.
- KAYSER, M., BÖHM, J., SPILLER, A. (2011): *Die Agrar- und Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit – Eine Analyse der deutschen Qualitätspresse auf Basis der Framing-Theorie*. In: *Yearbook of Socioeconomics in Agriculture*. S. 59-83.
- KAYSER, M., BÖHM, J., SPILLER, A. (2012): *Zwischen Markt und Moral. Wie wird die deutsche Land- und Ernährungswirtschaft in der Gesellschaft wahrgenommen?* In: *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e. V.* 47. S. 329-341.
- KELLE, U. & KLUGE, S. (2010): *Vom Einzelfall zum Typus: Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung*. Wiesbaden.
- KELLE, U. (2008): *Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung: Theoretische Grundlagen und methodologische Konzepte*. Wiesbaden.
- KIESE, M. (2007): *Stand und Perspektiven der regionalen Clusterforschung*. In: Kiese, M. & Schätzl, L. (Hrsg.): *Cluster und Regionalentwicklung. Theorie, Beratung und praktische Umsetzung*. Dortmund. S. 9-50.
- KIRCHNER, P. (2001): *Industriedynamik in der Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken*. Idstein.
- KLEIN, A., WALK, H., BRUNNENGRÄBER, A. (2005): *Mobile Herausforderer und alternative Eliten. NGOs als Hoffnungsträger einer demokratischen Globalisierung*. In: Brunnengräber, A., Klein, A., Walk, H. (Hrsg.): *NGOs im Globalisierungsprozess. Mächtige Zwerge – umstrittene Riesen*. Bonn/Wiesbaden. S. 10-77.
- KLEIN, O. (2015): *Imaginative Geographien in multiskalaren Produktionsnetzwerken – Das Beispiel der Schweinefleischproduktion im Oldenburger Münsterland*. Vechta.
- KLOHN, W. & VOTH, A. (2009): *Die Landwirtschaft in Deutschland*. 5. Auflage. Vechta.
- KOLL, H. (2005): *Landwirtschaft in Deutschland*. Bonn.

- KORTE, K.-R. & FRÖHLICH, M. (2009): *Politik und Regieren in Deutschland*. 3. Auflage. Stuttgart.
- KRAMER, J. W. (2012): *Strukturen der Machtentfaltung in der Wirtschaft*. In: Wismarer Schriften zu Management und Recht 70. Bremen.
- KREGGENFELD, U. (2009): *Verhandlungen in und zwischen Organisationen*. Frankfurt/Main.
- KRONE, M. & DANNENBERG, P. (2013): *Betriebsformenwandel im südafrikanischen Lebensmitteleinzelhandel – Aufstieg von Supermarktketten und Herausforderungen für Kleinbauern*. In: Franz, M. (Hrsg.): *Lieferketten im Einzelhandel*. Mannheim. S. 83-103.
- KRÜGER, D. (2007): *Produktions- und Warenketten in der kubanischen Lebensmittelwirtschaft*. Berlin.
- KRÜGER, S. (2001): *Netzwerke für eine nachhaltige Gesellschaft? Zur Realität sozial-ökologischer Bündnisse zwischen Gewerkschaften und NGOs*. In: Brunnengräber, A., Klein, A., Walk, H. (Hrsg.): *NGOs als Legitimationsressource – Zivilgesellschaftliche Partizipationsformen im Globalisierungsprozess*. Opladen. S. 215-239.
- KRUGMAN, P. (2000): *Where in the world is the New Economic Geography?* In: Clark, G. L., Feldman, M. P., Gertler, M. S. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford. S. 49-60.
- KÜHNE, O. (2008): *Distinktion-Macht-Landschaft – Zur sozialen Definition von Landschaft*. Wiesbaden.
- KUHN, B. (2005): *Entwicklungspolitik zwischen Markt und Staat. Möglichkeiten und Grenzen zivilgesellschaftlicher Organisationen*. Frankfurt.
- KUNZE, A. (2014): *Die Schlachtordnung*. URL: <http://www.zeit.de/2014/51/schlachthof-niedersachsen-fleischwirtschaft-ausbeutung-arbeiter> (Abrufdatum: 07.03.2016).
- KULKE, E. (2007): *The commodity chain approach in economic geography*. In: *Die Erde* 138. S. 117-126.
- KULKE, E. (2009): *Wirtschaftsgeographie*. 4. Auflage, Paderborn.
- KULKE, E. (2010): *Wirtschaftsgeographie Deutschlands*. 2. Auflage. Heidelberg.
- KULKE, E. (2013): *Wirtschaftsgeographie*. 5. Auflage, Paderborn.
- LAMNEK, S. (2005): *Qualitative Sozialforschung*. Weinheim u.a.
- LAND & FORST (2013): *VEZG mischt seit 15 Jahren bei der Preisfindung mit*. URL: <http://www.agrarheute.com/landundforst/news/vezg-mischt-seit-15-jahren-preisfindung> (Abrufdatum: 14.01.2015)
- LAURET, F. (1983): *Sur les études de filières agro-alimentaires*. In: *Economies et Sociétés* 17 (5). S. 721-740.
- LEE, J., GEREFFI, G., BEAUVAIS, J. (2010): *Global value chains and agrifood standards: Challenges and possibilities for smallholders in developing countries*. In: *Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)*, Dezember 2010. URL: <http://www.pnas.org/content/early/2010/12/08/0913714108.full.pdf+html> (Abrufdatum: 12.12.2013).

- LEHMANN-GRUBE, H. (2010): *Von der Macht – Betrachtungen zu einem politischen und soziologischen Phänomen*. München.
- LEHNDORFF, S. & REHFELD, D. (1996): *Veränderungen in der Automobilindustrie: Vom Betrieb zum Netzwerk? Überbetriebliche Rationalisierung und wirtschaftliche Macht*. In: Brödner, P., Pekruhl, U., Rehfeld, D. (Hrsg.): *Arbeitsteilung ohne Ende? – Von den Schwierigkeiten inner- und überbetrieblicher Zusammenarbeit*. München. S. 169-188.
- LEIPOLD, H. (2006): *Kulturvergleichende Institutionenökonomik: Studien zur kulturellen, institutionellen und wirtschaftlichen Entwicklung*. Stuttgart.
- LENZ, B. (1997): *Das Filière-Konzept als Analyseinstrument der organisatorischen und räumlichen Anordnung von Produktions- und Distributionsprozessen*. In: *Geographische Zeitschrift* 85 (1). S. 20-33.
- LENZ, B. (2005): *Verkettete Orte: Filières in der Blumen- und Zierpflanzenproduktion*. Münster.
- LESMEISTER, C. (2008): *Informelle politische Kommunikationskultur – Hinter den Kulissen politisch-medialer Kommunikation*. Wiesbaden.
- LESSMEISTER, R. (2005): *Organisationsstrukturen und Machtbeziehungen im marokkanischen Gebirgstourismus*. Bayreuth.
- LEVY, D. L. (2008): *Political Contestation in Global Production Networks*. In: *Academy of Management Review* 33 (4). S. 943-963.
- LEWICKI, R., SAUNDERS, D. M., BARRY, B., MINTON, J. W. (2004): *Essential of Negotiation*. 4. Auflage. New York.
- LIEFNER, I. & SCHÄTZL, L. (2012): *Theorien der Wirtschaftsgeographie*. 10. Auflage. Paderborn.
- LIES, J. (2008): *Public Relations – ein Handbuch*. Konstanz.
- LIES, J. (2012): *Public Relations als Machtmanagement – Die systemfunktionalistische Synthese der Evolutionsökonomik*. Wiesbaden.
- LUHMANN, N. (2003): *Macht*. 3. Auflage. Stuttgart.
- LÜTH, M. & SPILLER, A. (2005): *Brand as Quality Signals: Possibilities to Introduce Brands into the Meat Market*. In: Theuvsen et al. (Hrsg.): *Quality Management in Food Chains*. Wageningen.
- LZ – LEBENSMITTELZEITUNG (2014): *Top 10 Fleischwerke des Handels 2014*. URL: [http://www.lebensmittelzeitung.net/business/daten-fakten/rankings/Top-10-Fleischwerke-des-Handels2014\\_586.html](http://www.lebensmittelzeitung.net/business/daten-fakten/rankings/Top-10-Fleischwerke-des-Handels2014_586.html). (Abrufdatum: 08.03.2015).
- MAILLAT, D. & LECOQ, B. (1992): *New technologies and transformation or regional structures in Europe: The role of the milieu*. In: *Entrepreneurship and Regional Development* 4 (1). S. 1-20.
- MAILLAT, D. (1998): *Vom „Industrial District“ zum innovativen Milieu: ein Beitrag zur Analyse der lokalisierten Produktionssysteme*. In: *Geographische Zeitschrift* 86 (1). S. 1-15.
- MALETZKE, G. (1998): *Kommunikationswissenschaften im Überblick – Grundlagen, Probleme, Perspektiven*. Opladen/Wiesbaden.

- MALMBERG, A. & MASKELL, P. (2002): *The elusive concept of localization economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering*. In: *Environment and Planning A* 34 (3). S. 429-449.
- MALMBERG, A. & POWER, D. (2005): *(How) do (firms in) clusters create knowledge?* In: *Industry and Innovation* 12. S. 409-431.
- MALSOT, J. (1980): *Filières et effets de domination dans le système productif*. In: *Annales de Mines* 1. S. 29-40.
- MARKUSEN, A. (1996): *Sticky Places in Slippery Place: A Typology of Industrial Districts*. In: *Economic Geography* 72. S. 213-293.
- MARSDEN, T. & MURDOCH, J. (2006): *Between the Local and the Global: Confronting Complexity in the Contemporary Agri-Food Sector*. Bingley.
- MARSHALL, A. (1920): *Industry and trade: study of industrial technique and business organization and of their influences on the conditions of various classes and nations*. London.
- MARTIN, R. (2006): *Pfadabhängigkeit und die ökonomische Landschaft*. In: Berndt, C. & Glückler, J. (Hrsg.): *Denkanstöße zu einer anderen Geographie der Ökonomie*. Bielefeld. S. 47-76.
- MASKELL, P. & LORENZEN, M. (2004): *The clusters as market organization*. *Urban studies* 41. S. 991-1009.
- MASKELL, P. (2001): *Towards a knowledge-based theory of the geographical cluster*. In: *Industrial and Corporate Change* 10. S. 921-943.
- MASSEY, D. (2005): *For space*. London.
- MAST, C. (2008): *Unternehmenskommunikation*. Stuttgart.
- MATTISSEK, A. (2014): *Waldpolitik in Thailand zwischen globaler Klimapolitik und lokaler Spezifik. Überlegungen zu einer konstruktivistischen Regionalforschung*. In: *Geographische Zeitschrift* 102 (1). S. 41-59.
- MAYER, H. O. (2008): *Interview und schriftliche Befragung – Entwicklung, Durchführung, Auswertung*. 4. Auflage. München/Wien.
- MAYRING, P. (2002): *Einführung in die Qualitative Sozialforschung*. 11. Auflage. Weinheim u.a.
- MAYRING, P. (2010): *Qualitative Inhaltsanalyse – Grundlagen und Techniken*. 11. Auflage. Weinheim u.a.
- MEIL, P. & SCHÖNAUER, A. (2012): *Fast(er) Food – Produktion und Logistik in der industriellen Lebensmittelverarbeitung*. In: Flecker, J. (Hrsg.): *Arbeit in Ketten und Netzen – Die dynamische Vernetzung von Unternehmen und die Qualität der Arbeit*. Berlin. S. 83-111.
- MERTEN, K. (1977): *Kommunikation – Eine Begriffs- und Prozessanalyse*. Opladen/Wiesbaden.
- MERTEN, K. (2008): *Konstruktivistischer Ansatz*. In: Bentele, G., Fröhlich, R., Szyszka, P. (Hrsg.): *Handbuch der Public Relations – Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln*. Wiesbaden. S. 136-145.

- MEURER, M. (2008): *Das Konzept der Global Commodity Chains (nach Gereffi et al.): Grundkonzeption und Bedeutung für die Wirtschaftsgeographie*. Norderstedt.
- MEUSER, M. & NAGEL, U. (1991): *ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig beachtet. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion*. In: Garz, D. & Kraimer, K. (Hrsg.): *Qualitativ-empirische Sozialforschung – Konzepte, Methoden, Analysen*. Opladen/Wiesbaden. S. 441-471.
- MEUSER, M. & NAGEL, U. (2009): *Das Experteninterview – konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage*. In: Pickel, S., Pickel, G., Lauth, H.-J., Jahn, D. (Hrsg.): *Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft. Neue Entwicklungen und Anwendungen*. Wiesbaden. S. 465-479.
- MEYER, T. (2001): *Mediokratie – Die Kolonisierung der Politik durch die Medien*. Frankfurt/Main.
- MINTZBERG, H., LAMPEL, B., AHLSTRAND, J. (1999): *Strategy Safari – Eine Reise durch die Wildnis des Strategischen Managements*. Wien u.a.
- MONOPOLKOMMISSION (2012): Kapitel V: *Wettbewerb und Nachfragemacht im Lebensmitteleinzelhandel*. Auszug aus Hauptgutachten XIX (2010/2011) der Monopolkommission gemäß § 44 Abs. 1 Satz 1 GWB. S. 347-394. URL: [http://www.monopolkommission.de/images/PDF/HG/HG19/5\\_Kapitel\\_HG\\_19.pdf](http://www.monopolkommission.de/images/PDF/HG/HG19/5_Kapitel_HG_19.pdf) (Abrufdatum: 12.03.2016).
- MOYER-LEE, J. & PROWSE, M. (2012): *How traceability is restructuring Malawi's tobacco industry*. In: IOB – Institute of Development Policy and Management Working Paper 2012.05. Antwerpen.
- MÜLLER, A. (1999): *Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie. Beobachtungen zum Bundestagswahlkampf 1998 im Spiegel früherer Erfahrungen*. Opladen.
- MÜLLER, S. & BRAUN, U. (2011): *Neue Schätzgleichungen bei Sondenklassifizierung ab 4. Oktober 2011 – Neue Preismasken folgen*. TLL – Thüringer Landesanstalt für Landwirtschaft. URL: <http://www.tll.de/ainfo/pdf/swk10911.pdf> (Abrufdatum 15.11.2015):
- NEILSON, J. & PRICHARD, B. (2009): *Value chain struggles: institutions and governance in the plantation districts of South India*. Oxford.
- NEILSON, J., PRICHARD, B., YEUNG, H. W.-C. (2014): *Special issue: Global value chains, global production networks and the role of the state*. In: *Review of International Political Economy* 21. S. 1-274.
- NEUBAUER, W. & ROSEMAN, B. (2006): *Führung, Macht und Vertrauen in Organisationen*. Stuttgart.
- NEUMAIR, S.-M. (2006): *Städte und Regionen im Wettbewerb*. In: Haas, H.-D. & Neumair, S.-M. (Hrsg.): *Internationale Wirtschaft. Rahmenbedingungen, Akteure, räumliche Prozesse*. München. S. 397-427.
- NIENHÜSER, W. (2003): *Macht*. In: Martin, A. (Hrsg.): *Organizational Behavior – Verhalten in Organisationen*. Stuttgart.

- NITSCH, M. & LEPENIES, P. (2000): *Albert O. Hirschman - Ungleichgewichtiges Wachstum - und die Neigung zur Selbstsubversion*. In: E+Z - Entwicklung und Zusammenarbeit 1. S. 19-21.
- NOLTE, B. (2006): *Auswirkungen des Strukturwandels auf die Personalentwicklung in Sparkassen – Eine theoretische und empirische Untersuchung*. Wiesbaden.
- NUHN, H. (1993): *Konzepte zur Beschreibung und Analyse des Produktionssystems unter besonderer Berücksichtigung der Nahrungsmittelindustrie*. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 37 (3-4). S. 137-142.
- OECKL, A. (1993): *Anfänge und Entwicklung in der Öffentlichkeitsarbeit*. In: Fischer, H.-D. & Wahl, U. G. (Hrsg.): *Public Relations: Öffentlichkeitsarbeit. Geschichte, Grundlagen, Grenzziehungen*. Frankfurt/Main. S. 15-31.
- OLBRICH, R. (1998): *Unternehmenswachstum, Verdrängung und Konzentration im Konsumgüterhandel*. Stuttgart.
- OLBRICH, R. (2001): *Ursachen und Konsequenzen der Abhängigkeitsverhältnisse zwischen Markenartikelindustrie und Handel*. In: *Berichte aus dem Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre der FernUniversität 4*. Hagen.
- OLTEANU, T. (2012): *Korrumpierte Demokratie? – Diskurs und Wahrnehmung in Österreich und Rumänien im Vergleich*. Wiesbaden.
- OLTEN, R. (1998): *Wettbewerbstheorie und Wettbewerbspolitik*. München.
- OLTMANN, T. (2012): *Der Machtbegriff in der Betriebswirtschaft – ein Tabu und seine Geschichte*. In: Knoblach, B., Oltmanns, T., Hajnal, I., Fink, D. (Hrsg.): *Macht in Unternehmen – der vergessene Faktor*. Wiesbaden. S. 55-73.
- PALME, A. & MUSIL, R. (2012): *Wirtschaftsgeographie*. Westermann, Braunschweig.
- PATTERSON, T. E. & DONSBACH, W. (1996): *News decisions: Journalists as Partisan Actors*. In: *Political Communication* 13. S. 455-468.
- PETERSEN, B., SPILLER, A., THEUVSEN, L. (2010): *Viehvermarktung – Tradition und Zukunft*. In: Petersen, B., Spiller, A., Theuvsen, L. (Hrsg.): *Vom Viehvermarkter zum Dienstleistungsprofi*. Bonn. S. 9-11.
- PFEIFFER, T. (2004): *Das Aushandeln im Transportrecht – Ein Beitrag zum Verhandeln im Recht*. Berlin.
- PFRIEM, R., BEERMANN, M., SCHATTKER, H. (2012): *Nachhaltige Ernährungsverantwortung – Eine Herausforderung für Konsumenten und Unternehmen*. Oldenburg.
- PFÜTZER, S. (1995): *Strategische Allianzen in der Elektronikindustrie – Organisation und Standortstruktur*. Münster.
- PICOT, A. & DIETL, H. (1990): *Transaktionskostentheorie*. In: *Wirtschaftliches Studium* 19 (4). S. 178-184.
- PIORE, M. & SABEL, C. F. (1985): *Das Ende der Massenproduktion. Studie über die Requalifizierung der Arbeit und die Rückkehr der Ökonomie in die Gesellschaft*. Berlin.
- PONTE, S. (2002): *The 'latte revolution'? Regulation, markets and consumption in the global coffee chain*. In: *World Development* 30: 1099-1122.

- PONTE, S. (2007): *Governance in the value chain for South African wine*. In: TRALAC Working Paper 9. Stellenbosch.
- PORTER, M. E. (1985): *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York.
- PORTER, M. E. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Basingstoke u.a.
- PORTER, M. E. (1991): *Nationale Wettbewerbsvorteile. Erfolgreich Konkurrieren auf dem Weltmarkt*. München.
- PORTER, M. E. (1993): *Nationale Wettbewerbsvorteile. Erfolgreich Konkurrieren auf dem Weltmarkt*. München.
- PORTER, M. E. (1998): *Clusters and the new economics of competition*. In: Harvard Business Review, November-December 1998. S. 77-90.
- PORTER, M. E. (1999a): *Unternehmen können von regionaler Vernetzung profitieren*. In: Harvard Business Manager 21 (3). S. 51-63.
- PORTER, M. E. (1999b): *Wettbewerb und Strategie*. München.
- PORTER, M. E. (2000): *Locations, cluster, and company strategy*. In: Clark, G. L., Feldman, M. P., Gertler, M. S. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford. S. 253-274.
- POTUCEK, V. (1987): *Strukturelle Wandlungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel und ihre Auswirkungen auf den Wettbewerb*. Berlin.
- POWELL, W. W. (1990): *Neither market nor hierarchy: Network forms of organization*. In: *Research in Organizational Behavior* 12. S. 295-336.
- RAAB, G., UNGER, A., UNGER, F. (2010): *Marktpsychologie – Grundlagen und Anwendungen*. 3. Auflage. Wiesbaden.
- RAIKES, P., FRIIS JENSEN, M., PONTE, S. (2000): *Global Commodity Chain Analysis and the French Filière Approach: Comparison and Critique*. In: CDR – Centre of Development Research Working Paper 00.3. Kopenhagen.
- RAUPP, J. (2008): *Determinationsthese*. In: Bentele, G., Fröhlich, R., Szyszka, P. (Hrsg.): *Handbuch der Public Relations – Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln*. 2. Auflage. Wiesbaden. S. 192-208.
- RAVEN, B. H. (1965): *Social Influence and Power*. In: Steiner, I. D. & Fishbein, M. (Hrsg.): *Current Studies in Social Psychology*. New York. S. 371-382.
- RECKE, G., THEUVSEN, L., VENHAUS, N., VOSS, A. (2011): *Der Viehhandel in den Wertschöpfungsketten der Fleischwirtschaft: Entwicklungstendenzen und Perspektiven*. Diskussionsbeitrag Nr. 1108 des Departments für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Universität Göttingen. Göttingen.
- REUBER, P. (2012): *Politische Geographie*. Paderborn.
- RICHTER, N. (2014): *Organisation, Macht, Subjekt – Zur Genealogie des modernen Managements*. Bielefeld.
- RICHTER, R. & FURUBOTN, E. G. (2003): *Neue Institutionenökonomik*. 3. Auflage. Tübingen.



- ROEB, T. (2014): *Die aggressivsten Preise machen die Vollsortimenter*. In: *Fleischwirtschaft* 5/2014. S. 8-10.
- ROMMEL, J., NEUENFELDT, S., ODENING, M. (2010): *Markteffekte medienwirksamer Lebensmittelkandale – eine Ereignisstudie*. In: *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e. V.* 45. S. 195-209.
- RONNEBERGER, F. & RÜHL, M. (1992): *Theorie der Public Relations – Ein Entwurf*. Wiesbaden.
- ROSOL, M. & STRÜVER, A. (2018): *(Wirtschafts-)Geographien des Essens: transformatives Wirtschaften und alternative Ernährungspraktiken*. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*. Band 62, Heft 3-4. S. 169-173.
- ROSSMANN, T. (1993): *Öffentlichkeitsarbeit und ihr Einfluss auf die Medien: Das Beispiel Greenpeace*. In: *Media Perspektiven* 2. S. 85-94.
- ROTHGERBER, H. (2014): *A comparison of attitudes toward meat and animals among strict and semi-vegetarians*. In: *Appetite* 72. S. 98-105.
- ROTSCHILD, K. W. (2008): *Macht: Die Lücke in der Preistheorie*. In: Held, M., Kubon-Gilke, G., Sturn, R. (Hrsg.): *Jahrbuch Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomik*. Band 7: *Macht in der Ökonomie*. Marburg. S. 15-32.
- RÖTTGER, U. (2009): *Welche Theorien für welche PR?* In: Röttger, U. (Hrsg.): *Theorien der Public Relations – Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung*. 2. Auflage. Wiesbaden. S. 9-29.
- RUGMAN, A. & D´CRUZ, J. (2000): *Multinationals as Flagship Firms: Regional Business Networks*. Oxford University Press. Oxford.
- RUGMAN, A. (1997): *Canada*. In: Dunning, J. (Hrsg.): *Governments, Globalization and International Business*. Oxford University Press. London. S. 175–202.
- RUSSELL, B. (1938): *Power: A New Social Analysis*. London.
- SAHNER, H. (2014): *Herrschaft*. In: Endruweit, G., Trommsdorff, G., Burzan, N. (Hrsg.): *Wörterbuch der Soziologie*. 3. Auflage. Konstanz. S. 169-170.
- SANDNER, K. (1992): *Prozesse der Macht – Zur Entstehung, Stabilisierung und Veränderung der Macht von Akteuren in Unternehmen*. Berlin/Heidelberg.
- SARCINELLI, U. (1991): *Massenmedien und Politikvermittlung – eine Problem- und Forschungsskizze*. In: *Rundfunk und Fernsehen* 39 (4). S. 469-486.
- SAYER, A. & WALKER, R. (1993): *The new social economy: Reworking the division of labor*. Blackwell, Cambridge u.a.
- SCHAMP, E. W. (2000): *Vernetzte Produktion – Industriegeographie aus institutioneller Perspektive*. Darmstadt.
- SCHAMP, E. W. (2008): *Globale Wertschöpfungsketten. Umbau von Nord-Süd-Beziehungen in der Weltwirtschaft*. In: *Geographische Rundschau* 60 (9). S. 4-11.
- SCHATZ, H. (1982): *Interessen und Machtstrukturen im Interaktionsfeld von Massenmedien und Politik*. In: Schatz, H. & Lange, K. (Hrsg.): *Massenmedien und Politik – Aktuelle Probleme und Entwicklungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt/Main. S. 6-20.

- SCHEUPLEIN, C. (2001): *Räumliche Produktionssysteme in der ökonomischen Theorie*. In: Geographische Zeitschrift 89/1. S. 17-31.
- SCHIELE, H. (2003): *Der Standort-Faktor. Wie Unternehmen durch regionale Cluster ihre Produktivität und Innovationskraft steigern*. Weinheim.
- SCHIEWE, J. (2004): *Öffentlichkeit – Entstehung und Wandel in Deutschland*. Paderborn.
- SCHIRMER, D. (2009): *Empirische Methoden der Sozialforschung. Grundlagen und Techniken*. Paderborn.
- SCHMALT, H.-D. & HECKHAUSEN, H. (2005): *Machtmotivation*. In: Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (Hrsg.): *Motivation und Handeln*. Berlin/Heidelberg. S. 211-234.
- SCHMIDT, I. (1997): *Handelskonzentration, Nachfragemacht und GWB Novelle*. In: *Wirtschaft und Wettbewerb* 47. S. 101-120.
- SCHMIDTCHEN, D. (2008): *Marktmacht und Wettbewerb – zu einer wertschöpfungsba-sierten Re-Formulierung beider Konzeptionen*. In: Held, M., Kubon-Gilke, G., Sturm, R. (Hrsg.): *Jahrbuch Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomik*. Band 7: *Macht in der Ökonomie*. Marburg. S. 51-77.
- SCHNELL, R., HILL, P. B., ESSER, E. (1999): *Methoden der empirischen Sozialfor-schung*. 6. Auflage. München, Wien.
- SCHOLL, W. (2012): *Machtausübung oder Einflussnahme: Die zwei Gesichter der Machtnutzung*. In: Knoblach, B., Oltmanns, T., Hajnal, I., Fink, D. (Hrsg.): *Macht in Unternehmen – der vergessene Faktor*. Wiesbaden. S. 203-223.
- SCHOLL, W. (2013): *The socio-emotional basis of human interaction and communica-tion: How we construct our social world*. In: *SSI – Social Science Information*. 52 (I). S. 3-33.
- SCHULZ, W. (2011): *Politische Kommunikation – Theoretische Ansätze und Ergebnis-se empirischer Forschung*. 3. Auflage. Wiesbaden.
- SCHÜTZ, V. (2009): *Modell zur Planung von Dienstleistungen für das überbetriebliche Gesundheitsmanagement in der Fleischwirtschaft*. München.
- SCHWALBE, U. & ZIMMER, D. (2011): *Kartellrecht und Ökonomie – Moderne ökonomi-sche Ansätze in der europäischen und deutschen Zusammenschlusskontrolle*. 2. Auf-lage. Frankfurt/Main.
- SCHWAN, P. (2009): *Der informierte Verbraucher? – Das verbraucherpolitische Leitbild auf dem Prüfstand. Eine Untersuchung am Beispiel des Lebensmittelsektors*. Wies-baden.
- SCHWIETRING, T. (2011): *Was ist Gesellschaft? – Einführung in soziologische Grund-begriffe*. Konstanz.
- SCOTT, A. J. & STORPER, M. (1994): *Regional Development Reconsidered*. In: *Re-gional Development and Contemporary Industrial Response: Extending Flexible Spe-cialization*. London. S. 3-26.
- SCOTT, A. J. (1983): *Industrial organization and the logic of intra-metropolitan location: I. Theoretical considerations*. In: *Economic Geography* 59. S. 233-250.

- SCOTT, A. J. (1986): *Industrial organization and location: Division of labor, the firm, and spatial process*. In: *Economic Geography* 62. S. 215-232.
- SCOTT, A. J. (1988): *New Industrial Spaces: Flexible Production Organization and Regional Development in North America and Western Europe*. London.
- SCOTT, A. J. (2006): *Geography and Economy. Three Lectures*. Oxford.
- SEIFER, K. (2009): *Governance als Einfluss-System – Der politische Einfluss von NGOs in asymmetrisch strukturierten Interaktionsarrangements*. Wiesbaden.
- SEYFFERT, R. (1972): *Wirtschaftslehre des Handels*. Opladen.
- SIEBELS, T. (2015): *E-Food-Logistik erfordert innovative Verpackungslösungen – Komplexe Aufgaben müssen gelöst werden*. In: *Pack Report* 4/2015. S. 59–61.
- SIMONS, J., VIERBOOM, C., LANGEN, C. (2014): *Markt und Tierschutz: Ein schwieriges Paar*. In: *Fleischwirtschaft* 3/2014. S. 70-72.
- SMITH, K. (1997): *Economic infrastructures and innovation systems*. London.
- SPIEGEL ONLINE (2016): *Gabriel erlaubt Fusion von Edeka und Tengelmann*. Spiegel Online Pressemitteilung vom 12. Januar 2016. URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/edeka-und-tengelmann-gabriel-ueberstimmt-kartellamt-a-1071596.html> (Abrufdatum: 13.01.2016).
- SPIEGEL ONLINE (2020a): *Schweinefleisch-Exporte sind weitgehend gestoppt*. Spiegel Online Pressemitteilung vom 14. September 2020. URL: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/schweinefleisch-exporte-in-meisten-nicht-eu-staaten-gestoppt-agrarministerium-a-75a0d1c6-e8a6-45e1-b8dc-93059ae5b2da> (Abrufdatum: 19.09.2020.)
- SPIEGEL ONLINE (2020b): *Schlachthöfe sollen strengere Regeln bekommen*. Spiegel Online Pressemitteilung vom 27. November 2020. URL: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/nach-corona-ausbruechen-verbot-fuer-werkvertraege-und-leiharbeit-strengere-regeln-fuer-schlachthoefe-a-e268a3e6-8f10-4e6a-b91a-668c52f215bd-amp> (Abrufdatum: 12.05.2021).
- SPILLER, A. & NITZKO, S. (2015): *Peak meat: the role of meat in sustainable consumption*. In: Reisch, L. A. & Thøgersen, J. (Hrsg.): *Handbook of Research on Sustainable Consumption*. S. 192-209.
- SPILLER, A. & SCHULZE, B. (2008): *Zukunftsperspektiven der Fleischwirtschaft. Verbraucher, Märkte, Geschäftsbeziehungen*. Göttingen.
- SPILLER, A., SCHULZE, B., CORDTS, A. (2010): *Was essen wir in zwanzig Jahren?* In: *DLG-Mitteilungen* 1/2010. S. 20 – 23.
- SPILLER, A., THEUVSEN, L., RECKE, G., SCHULZE, B. (2005): *Sicherstellung der Wertschöpfung in der Schweineerzeugung: Perspektiven des Nordwestdeutschen Modells*. Münster.
- STAMM, A. (2004): *Wertschöpfungsketten entwicklungspolitisch gestalten – Anforderungen an Handelspolitik und Wirtschaftsförderung*. Konzeptstudie. Eschborn.
- STETTER, B., ALVERDES, J., GRIMM, A. (2019): *Vieh und Fleisch*. In: LEL – Landesamt für Entwicklung der Landwirtschaft und der Ländlichen Räume & LfL – Bayerische

- Landesanstalt für Landwirtschaft (Hrsg.): *Agrarmärkte 2019*. Schwäbisch Gmünd, Freising-Weißenstephan. S. 165-173.
- STETTER, B. & SÖLTL, M. (2019): *Schweine und Ferkel*. In: LEL – Landesamt für Entwicklung der Landwirtschaft und der Ländlichen Räume & LfL – Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (Hrsg.): *Agrarmärkte 2019*. Schwäbisch Gmünd, Freising-Weißenstephan. S. 174-195.
- STIER, W. (1999): *Zum Ablauf eines empirischen Forschungsprozesses. Empirische Forschungsmethoden*. Heidelberg.
- STOFFAES, C. (1980): *Politique industrielle et filières*. In: *Revue d'économie industrielle* 13. S. 86-99.
- STOKMAN, F. (1995): *Entscheidungsansätze in politischen Netzwerken*. In: Jansen, D. & Schubert, K. (Hrsg.): *Netzwerke und Politikproduktion – Konzepte, Methoden, Perspektiven*. Marburg. S. 160-184.
- STOLLOWSKY, F. (2009): *Nachfragemacht im Lebensmitteleinzelhandel*. Hamburg.
- STORPER, M. & HARRISON, B. (1991): *Flexibility, hierarchy and regional development: The changing structure of industrial production systems and their forms of governance in the 1990s*. In: *Research Policy* 20 (5). S. 407-422.
- STORPER, M. & WALKER, R. (1989): *The Capitalist Imperative – Territory, Technology and Industrial Growth*. Oxford.
- STORPER, M. (1997): *The Regional World – Territorial Development in a Global Economy*. New York.
- STÖTER, D. (2014): *Lebensmitteleinzelhandel International – Trends in der Branche*. URL: [http://www.m-food.de/cipp/md\\_mfood/custom/pub/content,oid,4248/lang,1/ticket,g\\_u\\_e\\_s\\_t/~/Lebensmitteleinzelhandel\\_International\\_%E2%80%93\\_Trends\\_in\\_der\\_Branche.html](http://www.m-food.de/cipp/md_mfood/custom/pub/content,oid,4248/lang,1/ticket,g_u_e_s_t/~/Lebensmitteleinzelhandel_International_%E2%80%93_Trends_in_der_Branche.html) (Abrufdatum: 04.08.2016).
- STRAMBACH, S. (1995): *Wissensintensive unternehmensorientierte Dienstleistungen: Netzwerke und Interaktion. Am Beispiel des Rhein-Neckar Raumes*. Münster/Hamburg.
- STURGEON, T., VAN BIESEBROECK, J., GEREFFI, G. (2008): *Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry*. In: *Journal of Economic Geography* 8 (3). S. 297-321.
- STÜTZEL, W. (1972): *Preis, Wert und Macht: Analytische Theorie des Verhältnisses der Wirtschaft zum Staat*. Aalen.
- SUNLEY, P. (2008): *Relational economic geography: A partial understanding or a new paradigm?* In: *Economic Geography* 84. S. 1-26.
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG ONLINE (2020): *Vom Ende der Tageszeitungen*. In: Pressemitteilung vom 01.05.2020. URL: <https://www.sueddeutsche.de/medien/medienjournalismus-finanzen-zeitungssterben-1.4892443> (Abrufdatum: 16.07.2020).
- SYDOW, J. (1992): *Strategische Netzwerke – Evolution und Organisation*. Wiesbaden.

- TALBOT, J. M. (2004): *Grounds for agreement: the political economy of the coffee commodity chain*. Oxford.
- TALLONTIRE, A., OPONDO, M., NELSON, V., MARTIN, A. (2009): *Beyond the vertical? Using value chains and governance as a framework to analyse private standards initiatives in agri-food chains*. In: *Agriculture and Human Values* 28 (2). S. 427-441.
- TAYLOR, M. (2010): *Clusters: a mesmerising mantra*. In: *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 101 (3). S. 276-286.
- TAYLOR, P., BOBE, M., LEONARD, S. (1995): *The Business Enterprise, Power Networks and Environmental Change*. In: Taylor, M. (Hrsg.): *Environmental Change: Industry, Power and Policy*. Ashgate/Avebury. S. 57-81.
- TERNES, D. (2008): *Kommunikation – eine Schlüsselqualifikation. Einführung zu wesentlichen Bereichen zwischenmenschlicher Kommunikation*. Paderborn.
- THEUVSEN, L. & FRANZ, A. (2007): *The Role and Success Factors of Livestock Trading Cooperatives: Lessons from German Pork Production*. In: *International Food and Agribusiness Management Review* 10 (3). S. 90-112.
- THEUVSEN, L. & RECKE, G. (2008): *Horizontale Kooperationen in der Schlachtschweinevermarktung: Empirische Ergebnisse aus Nordwestdeutschland*. In: Spiller, A. & Schulze, B. (Hrsg.): *Zukunftsperspektiven der Fleischwirtschaft – Verbraucher, Märkte, Geschäftsbeziehungen*. Göttingen. S. 73-95.
- TICHY, G. (2001): *Regionale Kompetenzzyklen. Zur Bedeutung von Produktlebenszyklus- und Clusteransätzen im regionalen Kontext*. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 45 (3-4). S. 181-201.
- TÖDTLING, F. (2005): *Alter Wein in neuen Schläuchen? Genese und Wandel des Clusterkonzeptes*. In: *Raum* 59. S. 20-23.
- TÖNNIES (2015): *Tönnies übernimmt dänische Tican A/S*. Pressemitteilung vom 21.12.2015. URL: <http://www.toennies.de/presse/detail/artikel/7/toennies-uebernimmt-daenische-tican-as.html> (Abrufdatum: 28.04.2016).
- TÖNNIES (o.J.): *Tönnies stellt Heparin her*. Pressemitteilung auf der Unternehmenshomepage. URL: <http://www.toennies.de/presse/detail/artikel/79/toennies-stellt-heparin-her////13.html> (Abrufdatum: 26.04.2016).
- TOPAGRAR (2011): *Die Hauspreis-Sünder*. Ausgabe 11/2011. URL: <https://www.topagrar.com/archiv/Die-Hauspreis-Suender-617282.html> (Abrufdatum: 24.10.2012).
- TOPAGRAR (2013): *Pferdefleisch auch in deutscher Lasagne entdeckt*. Pressemitteilung vom 14.02.2013. URL: <https://www.topagrar.com/management-und-politik/news/pferdefleisch-auch-in-deutscher-lasagne-entdeckt-9575181.html> (Abrufdatum: 17.03.2015).
- TOPAGRAR (2016a): *„Die deutsche Preisfindung ist nicht sinnvoll“*. In: *top agrar* 11/2016. S. 112-115.
- TOPAGRAR (2016b): *Wie beim Geflügel: Rewe-Manager erwartet vertikale Integration bei Schwein und Rind*. URL: <https://www.topagrar.com/news/Home-top-News-Wie>

- beim-Gefluegel-Rewe-Manager-erwartet-vertikale-Integration-bei-Schwein-und-Rind-3816648.html (Abrufdatum: 26.03.2017).
- TOPAGRAR (2016c): „*Ich will keine Lohnmast*“. In: top agrar 8/2016. S. 114-118.
- TOPAGRAR (2017): *Kritik an Transportzeiten beim Lebendviehexport*. URL: <https://www.topagrar.com/news/Home-top-News-Kritik-an-Transportzeiten-beim-Lebendviehexport-8293614.html> (Abrufdatum: 29.05.2017).
- TOPAGRAR (2021): *So groß ist die Marktmacht des Lebensmittelhandels*. URL: <https://www.topagrar.com/management-und-politik/news/so-gross-ist-die-marktmacht-des-lebensmittelhandels-12441489.html> (Abrufdatum: 10.06.2021).
- TRAUPE, C. (2002): *Schlachtschweinevermarktung in Niedersachsen: Stand, Defizite, Entwicklungsmöglichkeiten*. Göttingen.
- TYRELL, H. (1980): *Gewalt, Zwang und die Institutionalisierung von Herrschaft: Versuch einer Neuinterpretation von Max Webers Herrschaftsbegriff*. In: Pohlmann, T. (Hrsg.): *Person und Institution – Max Schelsky gewidmet*. Würzburg. S. 59-92.
- VATNE, E. & TAYLOR, M. (2000): *Small Firms, Networked Firms and Innovation Systems: An Introduction*. In: Vatne, E. & Taylor, M. (Hrsg.): *The Networked Firm in a Global World. Small firms in new environments*. Barlington. S. 1-16.
- VEAUTHIER, A. (2011): *Die aktuelle und zukünftige Wettbewerbsfähigkeit der deutschen und niedersächsischen Schweinefleischerzeugung – Bestandgrößenstrukturen, Organisationsformen und Produktionskosten im internationalen Vergleich*. VSG – Vechtaer Studien zur Geographie. 1. Auflage 2011. Vechta.
- VERNOOIJ, A. (2007): *The german red meat industry – On the threshold of structural change*. Rabobank International, Utrecht.
- VEZG – VEREINIGUNG DER ERZEUGERGEMEINSCHAFTEN FÜR VIEH UND FLEISCH E.V. (2016): *Preisfindung*. URL: <http://www.vezg.de/preisfindung.html> (Abrufdatum: 13.03.2016)
- VON ALEMANN, U. (2001): *Politikwissenschaft und Kommunikationswissenschaft – Ein Schnittstellenessay*. In: Marcinkowski, F. (Hrsg.): *Die Politik der Massenmedien – Heribert Schatz zum 65. Geburtstag*. Köln. S. 217-225.
- VORLEY, B. (2001): *The Chains of Agriculture: Sustainability and the Restructuring of Agri-food Markets*. In: IIED Opinion World Summit on Development. London.
- VOSS, A. & THEUVSEN, L. (2010a): *Strukturen in der Viehvermarktung*. In: Petersen, B., Spiller, A., Theuvsen, L. (Hrsg.): *Vom Viehvermarkter zum Dienstleistungsprofi*. Bonn. S. 11-15.
- VOSS, A. & THEUVSEN, L. (2010b): *Organisation von Geschäftsprozessen im genossenschaftlichen Viehhandel*. In: Petersen, B., Spiller, A., Theuvsen, L. (Hrsg.): *Vom Viehvermarkter zum Dienstleistungsprofi*. Bonn. S. 57-75.
- VOSS, A. (2011): *Strategisches Management im Viehhandel – Strukturen-Prozesse-Geschäftsmodelle*. Göttingen.

- Voss, K. (2009): *NGOs und ihre Öffentlichkeitsarbeit*. In: Spiller, A. & Theuvsen, L. (Hrsg.): *Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit*. Reihe: Agrarökonomie, Band 4. Lohmar. S. 75-97.
- WAIBEL, L. (1927): *Die Sierra Madre des Chiapas*. In: Verhandlungen und wissenschaftliche Abhandlungen des 22. Deutschen Geographentags Karlsruhe. Breslau. S. 87-98.
- WALLISCH, M. (2009): *Der informelle Beteiligungsmarkt in Deutschland. Rahmenbedingungen, Netzwerke und räumliche Investitionsmuster*. München.
- WBA – WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT FÜR AGRARPOLITIK BEIM BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (2015): *Wege zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung*. Gutachten. Berlin.
- WEBER, M. (1972 [1921-1922]): *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. 5. rev. Auflage. Tübingen.
- WEISCHENBERG, S., SCHOLL, A., MALIK, M. (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz.
- WEISE, P. (2008): *Machtlose Ökonomie – analytische Zweckmäßigkeit und Faszination*. In: Held, M., Kubon-Gilke, G., Sturn, R. (Hrsg.): *Jahrbuch Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomie*. Band 7: *Macht in der Ökonomie*. Marburg. S. 33-51.
- WELT ONLINE (2013): *Arbeitgeber wollen Mindestlohn an Schlachthöfen*. Pressemitteilung vom 30.08.2013. URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/article119538054/Arbeitgeber-wollen-Mindestlohn-in-Schlachthoefen.html> (Abrufdatum: 15.06.2015).
- WESTPHAL, V. & MAYERSHOFER, M. (2014): *Ferkel*. In: LEL – Landesamt für Entwicklung der Landwirtschaft und der Ländlichen Räume & LfL – Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (Hrsg.): *Agrarmärkte 2014*. Schwäbisch Gmünd, Freising-Weihenstephan. S. 190-202.
- WESTPHAL, V. & SÖLTL, M. (2015): *Schweine und Ferkel*. In: LEL – Landesamt für Entwicklung der Landwirtschaft und der Ländlichen Räume & LfL – Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (Hrsg.): *Agrarmärkte 2015*. Schwäbisch Gmünd, Freising-Weihenstephan. S. 174-195.
- WEWER, G. (1994): *Politische Kommunikation als formeller und informeller Prozess*. In: Jarren, O., Sarcinelli, U., Saxer, U. (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*. Wiesbaden. S. 324-329.
- WEY, C. (2011): *Nachfragemacht im Handel*. In: DICE – Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (Hrsg.): *Ordnungspolitische Perspektiven* 21.
- WEYER, J. (2000): *Zum Stand der Netzwerkforschung in den Sozialwissenschaften*. In: Wyer, J. (Hrsg.): *Soziale Netzwerke – Konzepte und Methoden der sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung*. München. S. 1-30.
- WIEDENMANN, R. (2009): *Tiere, Moral und Gesellschaft: Elemente und Ebenen humanimalischer Sozialität*. Wiesbaden.

- WILKING, J. (2015): *Krisen als Herausforderung für das Konsumentenverhalten am Beispiel des Marktes für Lebensmittel*. In: Kürschner, W. (Hrsg.): *Krisen und Krisenbewältigung*. Berlin. S. 53-65.
- WILLIAMSON, O. E. (1975): *Markets and Hierarchies: Analysis and Anti-Trust Implications*. New York.
- WILLIAMSON, O. E. (1979): *Transaction-cost economics: The governance of contractual relations*. In: *Journal of Law and Economics* 22. S. 233-261.
- WILLIAMSON, O. E. (1981): *The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach*. In: *American Journal of Sociology* 87 (3). S. 548-577.
- WILLIAMSON, O. E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. New York.
- WILLIAMSON, O. E. (1990): *Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperationen*. Tübingen.
- WILLIAMSON, O. E. (1993): *Transaktionskostenökonomik. Ökonomische Theorie der Institutionen*, Band 3. Münster.
- WINDELER, A. (1998): *Zum Begriff des Unternehmungsnetzwerks - Eine strukturations-theoretische Notiz*. In: Heinze, R. G. & Minssen, H. (Hrsg.): *Regionale Netzwerke: Realität oder Fiktion*. Bochum. S. 18-32.
- WINDHORST, H.-W. & GRABKOWSKY, B. (2008): *Die Bedeutung der Ernährungswirtschaft in Niedersachsen*. Vechta.
- WISWEDE, G. (2012): *Einführung in die Wirtschaftspsychologie*. 5. Auflage. München.
- WOLF, J. (2011): *Organisation, Management, Unternehmensführung – Theorien Praxisbeispiele und Kritik*. 4. Auflage. Wiesbaden.
- WROBEL, M. (2009): *Das Konzept regionaler Cluster: zwischen Schein und Sein? Eine kritische Analyse gängiger Annahmen der aktuellen Clusterdiskussion*. In: *Jahrbuch für Regionalwissenschaft*, Band 29. S. 85-103.
- YANG, C. (2010): *Strategic coupling of regional development in global production networks. Redistribution of Taiwanese personal computer investment from the Pearl River Delta to the Yangtze River Delta, China*. In: Yeung, H. W.-C. (Hrsg.): *Globalizing regional development in East Asia: production networks, clusters, and entrepreneurship*. London u.a. S. 48-70.
- YEUNG, H. W.-C. & COE, N. M. (2015): *Toward a Dynamic Theory of Global Production Networks*. In: *Economic Geography* 91 (1). S. 29-58.
- YEUNG, H. W.-C. (2005): *Rethinking relational economic geography*. In: *Transactions of the Institute of British Geographers* 30 (1). S. 37-51.
- ZADEMACH, H.-M. (2009): *Transnationale Wirtschaft: Unternehmen, Wertschöpfungsnetzwerke und regionale Integrationsprozesse*. In: Hess, M. & Paesler, R. (Hrsg.): *Wirtschaft und Raum. Wege und Erträge der Münchner wirtschaftsgeographischen Forschung*. München. S. 71-96.



ZADEMACH, H.-M., KNOGLER, M., HAAS, H.-D. (2006): Zur *Inwertsetzung modularer Produktionsnetzwerke: Potentiale, Grenzen und räumliche Implikationen am Beispiel der Halbleiterindustrie*. In: Geographische Zeitschrift 94. S. 185-208.

ZANDER, K., ISERMEYER, F., BÜRGELT, D., CHRISTOPH-SCHULZ, I., SALAMON, P., WEIBLE, D. (2013): *Erwartungen der Gesellschaft an die Landwirtschaft*. Gutachten im Auftrag der Stiftung Westfälische Landschaft. vTI, Braunschweig.

ZÜRKER, M. (2007): *Cluster als neue Komponente der wirtschaftsbezogenen Raumentwicklung. Diskussion der Anforderungen, Möglichkeiten und Grenzen des Ansatzes auf Basis der Erkenntnisse einer Evaluation der Clusterpolitik Oberösterreichs*. Kaiserslautern.

## 10 Anhang

### Interviewleitfaden I: *Primärerzeugung/ Landwirte*

#### 1. Einstieg:

- Wie ist ihr Betrieb strukturiert (Art, Größe, Tierzahl etc.), wie hat er sich in den letzten Jahren entwickelt und was ist ihr Verantwortungsbereich?

#### 2. Transformation/Konzentration/Strukturwandel:

- Wie hat sich die Betriebsstruktur in den letzten Jahren entwickelt? Worin liegt/ lag ihre Motivation für diese Entwicklung?
- Mit welchen Akteuren arbeiten Sie – im nachgelagerten Bereich – unmittelbar zusammen? Wo liegen die Gründe für die Zusammenarbeit, v.a. mit Blick auf die Viehvermarktung?
- Wie wichtig ist für Sie die Größe des (direkten) Wirtschaftspartners und warum?
- Wie läuft die Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern im nachgelagerten Bereich? Wo liegen Reibungspunkte und gibt es Konfliktpotentiale?
- Mit welchen neuen Anforderungen sind Sie – seitens Abnehmer bzw. Zulieferer – in den letzten Jahren konfrontiert? Welche Anforderungen stellen außenwirtschaftliche Akteure (NGOs, Politik, Verbraucher usw.) an Sie?
- Wie bewerten Sie die gegenwärtigen Strukturen innerhalb der Schweinefleischbranche insgesamt? Wie richten Sie Ihr Unternehmen – vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die Zukunft – strategisch aus?
- Auf der ‚roten Seite‘ kam es in der jüngeren Vergangenheit zu starken Konzentrationsprozessen aufgrund von Übernahmen, Fusionen usw. Was bedeutet das für Sie als Primärproduzent?

#### 3. Machtkonstellation:

- Wie empfinden Sie die Machtkonstellation im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein?
  - Wer hat den größten Einfluss?
  - Wer steuert?
  - Wo liegen Abhängigkeiten (z.B. Situationen, in denen Sie auch gegen Widerstreben nachgeben mussten. Drohpunkte [Bestrafung]? Anreizpunkte [Belohnung]?)
- Wie bewerten Sie ihre Verhandlungsposition gegenüber vor- und nachgelagerten Akteuren?

- Welche Mittel stehen Ihnen bzw. Ihrem Unternehmen zur Verfügung, um Ihre Position mit Blick auf die gegenwärtige Machtkonstellation zu verbessern?
  - Denken Sie an Macht in Gruppen/ durch Zusammenschlüsse/ Kooperationen/ vertikale & horizontale Integration.
  - Denken Sie an Strategien (z.B. Nischenorientierung)
  - Denken Sie an Macht als Einfluss in der Kommunikation
  - Denken Sie an Macht durch Vernetzung, Ehrenämter usw.

#### 4. Ausblick:

- Wie wird sich die Struktur im Produktionsnetzwerk Schwein künftig entwickeln? Werden sich die Konzentrationsprozesse weiterhin intensivieren? Wenn ja, warum?
- Inwieweit hat sich Ihrer Meinung nach das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein auf sich ändernde Verbraucheransprüche einzustellen?
  - Werkverträge
  - Antibiotika-Problematik
  - Nachhaltigkeit
  - Tierschutz
  - Zunehmender Vegetarismus
- Sehen Sie ein Dilemma darin, in einem zunehmend internationalen Umfeld und unter harten Wettbewerbsbedingungen zu agieren und gleichzeitig die immer höheren Ansprüche von LEH und Verbrauchern zu erfüllen?
- Wo sehen Sie künftig die größten Chancen und Herausforderungen für Ihren Bereich des Produktionsnetzwerkes?

## **Interviewleitfaden II: Viehhandel**

### 1. Einstieg:

- Wie ist ihr Betrieb strukturiert (Art, Größe, Tierzahl etc.), wie hat er sich in den letzten Jahren entwickelt und was ist ihr Verantwortungsbereich?

### 2. Transformation/Konzentration/Strukturwandel:

- Wie hat sich die Betriebsstruktur in den letzten Jahren entwickelt? Worin liegt/ lag ihre Motivation für diese Entwicklung?
- Mit welchen Akteuren arbeiten Sie – im vor- und nachgelagerten Bereich – unmittelbar zusammen? Wo liegen die Gründe für die Zusammenarbeit?
- Wie wichtig ist für Sie die Größe des (direkten) Wirtschaftspartners und warum?

- Wie läuft die Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern im vor- und nachgelagerten Bereich? Wo liegen Reibungspunkte und gibt es Konfliktpotentiale?
- Mit welchen neuen Anforderungen sind Sie – seitens Abnehmer bzw. Zulieferer – in den letzten Jahren konfrontiert? Welche Anforderungen stellen außenwirtschaftliche Akteure (NGOs, Politik, Verbraucher usw.) an Sie?
- Wie bewerten Sie die gegenwärtigen Strukturen innerhalb der Schweinefleischbranche insgesamt? Wie richten Sie Ihr Unternehmen – vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die Zukunft – strategisch aus?
- Auf der ‚roten Seite‘ kam es in der jüngeren Vergangenheit zu starken Konzentrationsprozessen aufgrund von Übernahmen, Fusionen usw. Was bedeutet das für Sie als Viehvermarkter?
- Internationale Großkonzerne, wie z.B. Vion oder Danish Crown, sind bereits in Deutschland vertreten. Wie ist diese Entwicklung zu bewerten?

### 3. Machtkonstellation:

- Wie empfinden Sie die Machtkonstellation im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein?
  - Wer hat den größten Einfluss?
  - Wer steuert?
  - Wo liegen Abhängigkeiten (z.B. Situationen, in denen Sie auch gegen Widerstreben nachgeben mussten. Drohpunkte [Bestrafung]? Anreizpunkte [Belohnung]?)
- Wie bewerten Sie ihre Verhandlungsposition gegenüber vor- und nachgelagerten Akteuren? Wie bewerten Sie dies mit Blick auf internationale Partner und Märkte (z.B. Lebendviehvermarktung oder Ferkeleinkauf)?
- Welche Mittel stehen Ihnen bzw. Ihrem Unternehmen zur Verfügung, um Ihre Position mit Blick auf die gegenwärtige Machtkonstellation zu verbessern?
  - Denken Sie an Macht in Gruppen/ durch Zusammenschlüsse/ Kooperationen/ vertikale & horizontale Integration.
  - Denken Sie an Strategien (z.B. Nischenorientierung)
  - Denken Sie an Macht als Einfluss in der Kommunikation
  - Denken Sie an Macht durch Vernetzung, Ehrenämter usw.

### 4. Ausblick:

- Wie wird sich die Struktur im Produktionsnetzwerk Schwein künftig entwickeln? Werden sich die Konzentrationsprozesse weiterhin intensivieren? Wenn ja, warum?

- Inwieweit hat sich Ihrer Meinung nach das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein auf sich ändernde Verbraucheransprüche einzustellen?
  - Werkverträge
  - Antibiotika-Problematik
  - Nachhaltigkeit
  - Tierschutz
  - Zunehmender Vegetarismus
- Sehen Sie ein Dilemma darin, in einem zunehmend internationalen Umfeld und unter harten Wettbewerbsbedingungen zu agieren und gleichzeitig die immer höheren Ansprüche von LEH und Verbrauchern zu erfüllen?
- Wo sehen Sie künftig die größten Chancen und Herausforderungen für Ihren Bereich des Produktionsnetzwerkes?

## **Interviewleitfaden III: Schlachtung & Verarbeitung**

### 1. Einstieg:

- Wie ist ihr Betrieb strukturiert (Art, Größe, Tierzahl etc.), wie hat er sich in den letzten Jahren entwickelt und was ist ihr Verantwortungsbereich?

### 2. Transformation/Konzentration/Strukturwandel:

- Wie hat sich die Betriebsstruktur in den letzten Jahren entwickelt? Worin liegt/ lag ihre Motivation für diese Entwicklung?
- Mit welchen Akteuren arbeiten Sie – im vor- und nachgelagerten Bereich – unmittelbar zusammen? Wo liegen die Gründe für die Zusammenarbeit, v.a. mit Blick auf die Viehvermarktung? Gibt es Präferenzen zwischen genossenschaftlichem und privatem Viehhandel, wenn ja, inwiefern?
- Wie wichtig ist für Sie die Größe des (direkten) Wirtschaftspartners und warum?
- Wie läuft die Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern im vor- und nachgelagerten Bereich? Wo liegen Reibungspunkte und gibt es Konfliktpotentiale?
- Mit welchen neuen Anforderungen sind Sie – seitens Abnehmer bzw. Zulieferer – in den letzten Jahren konfrontiert? Welche Anforderungen stellen außenwirtschaftliche Akteure (NGOs, Politik, Verbraucher usw.) an Sie?
- Wie bewerten Sie die gegenwärtigen Strukturen innerhalb der Schweinefleischbranche insgesamt? Wie richten Sie Ihr Unternehmen – vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die Zukunft – strategisch aus?

- Auf der ‚roten Seite‘ kam es in der jüngeren Vergangenheit zu starken Konzentrationsprozessen aufgrund von Übernahmen, Fusionen usw. Was bedeutet das für Sie?
- Internationale Großkonzerne, wie z.B. Vion oder Danish Crown, sind bereits in Deutschland vertreten. Wie ist diese Entwicklung zu bewerten?

### 3. Machtkonstellation:

- Wie empfinden Sie die Machtkonstellation im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein?
  - Wer hat den größten Einfluss?
  - Wer steuert?
  - Wo liegen Abhängigkeiten (z.B. Situationen, in denen Sie auch gegen Widerstreben nachgeben mussten. Drohpunkte [Bestrafung]? Anreizpunkte [Belohnung]?)
- Wie bewerten Sie ihre Verhandlungsposition gegenüber vor- und nachgelagerten Akteuren? Wie bewerten Sie dies mit Blick auf internationale Partner und Märkte?
- Welche Mittel stehen Ihnen bzw. Ihrem Unternehmen zur Verfügung, um Ihre Position mit Blick auf die gegenwärtige Machtkonstellation zu verbessern?
  - Denken Sie an Macht in Gruppen/ durch Zusammenschlüsse/ Kooperationen/ vertikale & horizontale Integration.
  - Denken Sie an Strategien (z.B. Nischenorientierung)
  - Denken Sie an Macht als Einfluss in der Kommunikation
  - Denken Sie an Macht durch Vernetzung, Ehrenämter usw.

### 4. Ausblick:

- Wie wird sich die Struktur im Produktionsnetzwerk Schwein künftig entwickeln? Werden sich die Konzentrationsprozesse weiterhin intensivieren? Wenn ja, warum?
- Inwieweit hat sich Ihrer Meinung nach das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein auf sich ändernde Verbraucheransprüche einzustellen?
  - Werkverträge
  - Antibiotika-Problematik
  - Nachhaltigkeit
  - Tierschutz
  - Zunehmender Vegetarismus
- Sehen Sie ein Dilemma darin, in einem zunehmend internationalen Umfeld und unter harten Wettbewerbsbedingungen zu agieren und gleichzeitig die immer höheren Ansprüche von LEH und Verbrauchern zu erfüllen?

- Wo sehen Sie künftig die größten Chancen und Herausforderungen für Ihren Bereich des Produktionsnetzwerkes?
- Ist es denkbar, dass deutsche Fleischunternehmen langfristig auch im Ausland produzieren?

## **Interviewleitfaden IV: *Lebensmitteleinzelhandel***

### 1. Einstieg:

- Wie ist ihr Betrieb strukturiert (Art, Größe, Tierzahl etc.), wie hat er sich in den letzten Jahren entwickelt und was ist ihr Verantwortungsbereich?

### 2. Transformation/Konzentration/Strukturwandel:

- Wie hat sich die Betriebsstruktur in den letzten Jahren entwickelt? Worin liegt/ lag ihre Motivation für diese Entwicklung?
- Mit welchen Akteuren arbeiten Sie – im vorgelagerten Bereich – unmittelbar zusammen? Wo liegen die Gründe für die Zusammenarbeit?
- Wie wichtig ist für Sie die Größe des (direkten) Wirtschaftspartners und warum?
- Wie läuft die Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern im vorgelagerten Bereich? Wo liegen Reibungspunkte und gibt es Konfliktpotentiale?
- Mit welchen neuen Anforderungen sind Sie in den letzten Jahren konfrontiert? Welche Anforderungen stellen außenwirtschaftliche Akteure (NGOs, Politik, Verbraucher usw.) an Sie?
- Wie bewerten Sie die gegenwärtigen Strukturen innerhalb der Schweinefleischbranche insgesamt? Wie richten Sie Ihr Unternehmen – vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die Zukunft – strategisch aus?
- Auf der ‚roten Seite‘ kam es in der jüngeren Vergangenheit zu starken Konzentrationsprozessen aufgrund von Übernahmen, Fusionen usw. Was bedeutet das für Sie?
- Internationale Großkonzerne, wie z.B. Vion oder Danish Crown, sind bereits in Deutschland vertreten. Wie ist diese Entwicklung zu bewerten?

### 3. Machtkonstellation:

- Wie empfinden Sie die Machtkonstellation im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein?
  - Wer hat den größten Einfluss?
  - Wer steuert?

- Wo liegen Abhängigkeiten (z.B. Situationen, in denen Sie auch gegen Widerstreben nachgeben mussten. Drohpunkte [Bestrafung]? Anreizpunkte [Belohnung]?)
- Wie bewerten Sie ihre Verhandlungsposition gegenüber vor- und nachgelagerten Akteuren?
- Welche Mittel stehen Ihnen bzw. Ihrem Unternehmen zur Verfügung, um Ihre Position mit Blick auf die gegenwärtige Machtkonstellation zu verbessern?
  - Denken Sie an Macht in Gruppen/ durch Zusammenschlüsse/ Kooperationen/ vertikale & horizontale Integration.
  - Denken Sie an Strategien (z.B. Nischenorientierung)
  - Denken Sie an Macht als Einfluss in der Kommunikation
  - Denken Sie an Macht durch Vernetzung, Ehrenämter usw.

#### 4. Ausblick:

- Wie wird sich die Struktur im Produktionsnetzwerk Schwein künftig entwickeln? Werden sich die Konzentrationsprozesse weiterhin intensivieren? Wenn ja, warum?
- Inwieweit hat sich Ihrer Meinung nach das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein auf sich ändernde Verbraucheransprüche einzustellen?
  - Werkverträge
  - Antibiotika-Problematik
  - Nachhaltigkeit
  - Tierschutz
  - Zunehmender Vegetarismus
- Sehen Sie ein Dilemma darin, in einem zunehmend internationalen Umfeld und unter harten Wettbewerbsbedingungen zu agieren und gleichzeitig die immer höheren Ansprüche von Verbrauchern zu erfüllen?
- Wo sehen Sie künftig die größten Chancen und Herausforderungen für Ihren Bereich des Produktionsnetzwerkes?

## **Interviewleitfaden V: *interessensgeleitete Akteure***

### 1. Einstieg:

- Wie ist ihre Organisation strukturiert (Art, Größe etc.) und was ist ihr Verantwortungsbereich?



## 2. Transformation/Konzentration/Strukturwandel:

- Mit welchen Akteuren des Produktionsnetzwerkes Schwein arbeiten Sie zusammen? Wie läuft die Zusammenarbeit ab, wo liegen gegebenenfalls Reibungspunkte und gibt es Konfliktpotentiale?
- Mit welchen neuen Anforderungen sehen Sie die unterschiedlichen Akteure des Produktionsnetzwerkes in den letzten Jahren konfrontiert? Welche Anforderungen stellen andere Akteure (NGOs, Politik, Verbraucher usw.) an Sie?
- Wie bewerten Sie die gegenwärtigen Strukturen innerhalb der Schweinefleischbranche insgesamt?
- In der jüngeren Vergangenheit kam es zu starken Konzentrationsprozessen aufgrund von Übernahmen, Fusionen usw. Wie beurteilen Sie das?

## 3. Machtkonstellation:

- Wie empfinden Sie die Machtkonstellation im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein?
  - Wer hat den größten Einfluss?
  - Wer steuert?
  - Wo liegen Abhängigkeiten (z.B. Situationen, in denen Sie auch gegen Widerstreben nachgeben mussten. Drohpunkte [Bestrafung]? Anreizpunkte [Belohnung]?)
- Wie bewerten Sie ihre Rolle in der Zusammenarbeit mit anderen Akteuren? Haben Sie den Eindruck, bestimmte Prozesse und Entwicklungen innerhalb des Produktionsnetzwerkes aufgrund von Berichterstattung wesentlich beeinflussen zu können?
- Inwieweit sind sie mit anderen Akteuren aus dem Produktionsnetzwerk vernetzt?

## 4. Ausblick:

- Wie wird sich die Struktur im Produktionsnetzwerk Schwein künftig entwickeln? Werden sich die Konzentrationsprozesse weiterhin intensivieren? Wenn ja, warum?
- Inwieweit hat sich Ihrer Meinung nach das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein auf sich ändernde Verbraucheransprüche einzustellen?
  - Werkverträge
  - Antibiotika-Problematik
  - Nachhaltigkeit
  - Tierschutz
  - Zunehmender Vegetarismus

- Erwarten Sie eine zunehmende Professionalisierung der Medien- und PR-Arbeit bei unterschiedlichen Akteuren?
- Sehen Sie ein Dilemma darin, in einem zunehmend internationalen Umfeld und unter harten Wettbewerbsbedingungen zu agieren und gleichzeitig die immer höheren Ansprüche von LEH und Verbrauchern zu erfüllen?
- Wo sehen Sie künftig die größten Chancen und Herausforderungen innerhalb des Produktionsnetzwerkes? Bei welchen Akteuren sehen Sie den stärksten Handlungsbedarf (z.B. stärkere Positionierung der landwirtschaftlichen Primärproduktion oder progressivere Rahmenbedingungen durch Gesetzgebung und Politik)?

## **Interviewleitfaden VI: staatliche und politische Akteure**

### 1. Einstieg:

- Wie ist ihre Organisation strukturiert (Art, Größe etc.) und was ist ihr Verantwortungsbereich?

### 2. Transformation/Konzentration/Strukturwandel:

- Mit welchen Akteuren des Produktionsnetzwerkes Schwein arbeiten Sie zusammen? Wie läuft die Zusammenarbeit ab, wo liegen gegebenenfalls Reibungspunkte und gibt es Konfliktpotentiale?
- Mit welchen neuen Anforderungen sehen Sie die unterschiedlichen Akteure des Produktionsnetzwerkes in den letzten Jahren konfrontiert? Welche Anforderungen stellen andere Akteure (Politik, Verbraucher usw.) an Sie?
- Wie bewerten Sie die gegenwärtigen Strukturen innerhalb der Schweinefleischbranche insgesamt?
- In der jüngeren Vergangenheit kam es zu starken Konzentrationsprozessen aufgrund von Übernahmen, Fusionen usw. Wie beurteilen Sie das?

### 3. Machtkonstellation:

- Wie empfinden Sie die Machtkonstellation im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein? Wie beurteilen Sie die Rolle politisch nicht-legitimierter Akteure?
  - Wer hat den größten Einfluss?
  - Wer steuert?
  - Wo liegen Abhängigkeiten (z.B. Situationen, in denen Sie auch gegen Widerstreben nachgeben mussten. Drohpunkte [Bestrafung]? Anreizpunkte [Belohnung]?)

- Wie bewerten Sie ihre Rolle in der Zusammenarbeit mit anderen Akteuren? Haben Sie den Eindruck, bestimmte Prozesse und Entwicklungen innerhalb des Produktionsnetzwerkes beeinflussen zu können?
- Welche politischen/ behördlichen Entscheidungen haben in den letzten Jahren zu einschneidenden Veränderungen im Produktionsnetzwerk Schwein geführt? Bitte nehmen Sie dabei Stellung zur Planungssicherheit der Hauptakteure im Produktionsnetzwerk durch die Politik beeinflusst.

#### 4. Ausblick:

- Wie wird sich die Struktur im Produktionsnetzwerk Schwein künftig entwickeln? Werden sich die Konzentrationsprozesse weiterhin intensivieren? Wenn ja, warum?
- Inwieweit hat sich Ihrer Meinung nach das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein auf sich ändernde Verbraucheransprüche einzustellen?
  - Werkverträge
  - Antibiotika-Problematik
  - Nachhaltigkeit
  - Tierschutz
  - Zunehmender Vegetarismus
- Sehen Sie ein Dilemma darin, in einem zunehmend internationalen Umfeld und unter harten Wettbewerbsbedingungen zu agieren und gleichzeitig die immer höheren Ansprüche von LEH und Verbrauchern zu erfüllen?
- Wo sehen Sie künftig die größten Chancen und Herausforderungen innerhalb des Produktionsnetzwerkes? Bei welchen Akteuren sehen Sie den stärksten Handlungsbedarf (z.B. stärkere Positionierung der landwirtschaftlichen Primärproduktion oder progressivere Rahmenbedingungen durch Gesetzgebung und Politik)?

## **Interviewleitfaden VII: *Branchenexperten***

### 1. Einstieg:

- Wie ist ihre Organisation strukturiert (Art, Größe etc.), was ist ihr Verantwortungsbereich und wo ordnen Sie sich ein?

### 2. Transformation/Konzentration/Strukturwandel:

- Wie bewerten Sie die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Hauptakteuren (1. Zwischen Landwirt und Viehhandel, 2. Zwischen Viehhandel und usw.) und wo liegen die Gründe dafür? Wo liegen gegebenenfalls Reibungspunkte und gibt es Konfliktpotentiale?

- Welche Bedeutung hat die Größe der unterschiedlichen Hauptakteure?
- Mit welchen neuen Anforderungen sehen Sie die unterschiedlichen Akteure des Produktionsnetzwerkes in den letzten Jahren konfrontiert? Welche Anforderungen stellen andere Akteure (Politik, Verbraucher usw.) an sie?
- Wie bewerten Sie die gegenwärtigen Strukturen innerhalb der Schweinefleischbranche insgesamt?
- Auf der ‚roten Seite‘ kam es in der jüngeren Vergangenheit zu starken Konzentrationsprozessen aufgrund von Übernahmen, Fusionen usw. Wie beurteilen Sie das?

### 3. Machtkonstellation:

- Wie empfinden Sie die Machtkonstellation im gesamten Produktionsnetzwerk Schwein?
  - Wer hat den größten Einfluss?
  - Wer steuert?
  - Wo liegen Abhängigkeiten (z.B. Situationen, in denen Sie auch gegen Widerstreben nachgeben mussten. Drohpunkte [Bestrafung]? Anreizpunkte [Belohnung]?)
- Wie bewerten Sie die Verhandlungsposition unterschiedlicher Hauptakteure gegenüber vor- und nachgelagerten?
- Welche Mittel stehen den unterschiedlichen Akteuren zur Verfügung, um die eigene Position mit Blick auf die gegenwärtige Machtkonstellation zu verbessern?
  - Denken Sie an Macht in Gruppen/ durch Zusammenschlüsse/ Kooperationen/ vertikale & horizontale Integration.
  - Denken Sie an Strategien (z.B. Nischenorientierung)
  - Denken Sie an Macht als Einfluss in der Kommunikation
  - Denken Sie an Macht durch Vernetzung, Ehrenämter usw.

### 4. Ausblick:

- Wie wird sich die Struktur im Produktionsnetzwerk Schwein künftig entwickeln? Werden sich die Konzentrationsprozesse weiterhin intensivieren? Wenn ja, warum?
- Inwieweit hat sich Ihrer Meinung nach das gesamte Produktionsnetzwerk Schwein auf sich ändernde Verbraucheransprüche einzustellen?
  - Werkverträge
  - Antibiotika-Problematik
  - Nachhaltigkeit
  - Tierschutz

- Zunehmender Vegetarismus
- Erwarten Sie eine zunehmende Professionalisierung der Medien- und PR-Arbeit bei unterschiedlichen Akteuren?
- Sehen Sie ein Dilemma darin, in einem zunehmend internationalen Umfeld und unter harten Wettbewerbsbedingungen zu agieren und gleichzeitig die immer höheren Ansprüche von LEH und Verbrauchern zu erfüllen?
- Wo sehen Sie künftig die größten Chancen und Herausforderungen innerhalb des Produktionsnetzwerkes hinsichtlich Macht? Bei welchen Akteuren sehen Sie den stärksten Handlungsbedarf (z.B. stärkere Positionierung der landwirtschaftlichen Primärproduktion oder progressivere Rahmenbedingungen durch Gesetzgebung und Politik)?