Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung: Konsumenten und Unternehmen als Bürger? 9

1 Der Markt als politische Arena 10
2 Bürgerschaft in politischen Marktarenen 13
3 Gegenstand und Aufbau der Arbeit 14

II. Dimensionen des Bürgerbegriffs 17

1 Bezugsrahmen der Bürgerrolle 17
1.1 Stadtbürgerschaft 17
1.2 Staatsbürgerschaft 19
1.3 Postnationale Bürgerschaft 23
1.3.1 Europäische Bürgerschaft 23
1.3.2 Weltbürgerschaft 25
2 Ausgestaltung der Bürgerrolle 32
2.1 Rechte und Pflichten 33
2.2 Status und Praxis 37
2.3 Regieren und regiert werden 40
2.4 Freiheit und Gleichheit 42
2.5 Bürgertugend und Gemeinwohl 48
2.6 Öffentlichkeit und Privatheit 52
3 Dimensionen des Bürgerbegriffs – Zusammenschau 57

III. Übertragung des Bürgerbegriffs auf Konsumenten und Unternehmen 59

1 Consumer Citizenship und Corporate Citizenship – begriffliche Abgrenzung 59
1.1 Consumer Citizenship 59
1.2 Corporate Citizenship 63
2 Bezugsrahmen der Marktbürgerrolle 66
2.1 Individual- und Kollektivbürgerschaft 66
2.2 Transnationale Bezugsrahmen entlang konkreter struktureller Abhängigkeiten 69
3 Consumer Citizen und Corporate Citizen – Citoyen oder Bourgeois? 74
3.1 Rechte und Pflichten: Zwischen (trans-)nationalen Ordnungsrahmen und transnationaler (Selbst-)Verpflichtung 75

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/1007251581

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

3.2 Status und Praxis: Bürgerschaft durch Bürgerpraxis 83
3.3 Regieren und regiert werden: Unternehmerische Machtausübung unter kollektiver Konsumentenkontrolle 87
3.4 Freiheit und Gleichheit: Ökonomische Ungleichheit und divergierendes Freiheitsverständnis 93
3.5 Bürgertugend und Gemeinwohl: Gemeinwohl durch Eigenwohl oder Eigenwohl durch Gemeinwohl? 96
3.6 Öffentlichkeit und Privatheit: Öffentlichkeit als Macht- und Legitimationsinstrument 105
4 Bürgerschaft als dynamischer Prozess der wechselseitigen Zuschreibung und Aushandlung 110

IV. Forschungsdesign und Falldarstellung 115

1 Grundlagen des Forschungsdesigns 115
2 Forschungsansatz: Komparative Fallstudie 116
2.1 Fallauswahl 117
2.1.1 Stabile Kontextfaktoren 118
2.1.2 Variierende Kontextfaktoren 120
2.2 Fallbeschreibung 124
2.2.1 Puma und die Kampagne für Saubere Kleidung 124
2.2.2 Coca-Cola und die Kampagne Stop Killer Coke 133
3 Diskursanalytische Methode 144
3.1 Forschungsperspektive 144
3.2 Operationalisierung der interpretativen Analytik 147
3.3 Korpusbildung 148
3.3.1 Diskursfragmente auf der Mesoebene 149
3.3.2 Diskursfragmente auf der Makroebene 152

V. Fallanalyse 157

1 Situiertheit und materiale Gestalt 157
1.1 Chronologie der Diskursfragmente 157
1.2 Urheber auf Kampagnen- und Unternehmensseite 163
1.3 Situative Kontexte von Diskursfragmenten 166
2 Formale und sprachlich-rhetorische Struktur 168
2.1 Dokumenttypen auf der Mesoebene 168
2.2 Gesprächsrichtung und Sprecher auf der Meso- und Makroebene 170
2.3 Sprachlich-rhetorische Struktur 171
2.3.1 Makroebene 171
2.3.2 Mesoebene 175

3 Interpretativ-analytische Rekonstruktion der Aussageinhalte 180
3.1 Unternehmen als (gute) Bürger 181
3.1.1 Transnationale Wertschöpfungsketten als Grundlage einer Selbst- bzw. Fremddefinition der Bürgerrolle 181
3.1.2 Veränderung vs. Stillstand: Unternehmen als Vorreiter oder Getriebene 194
3.2 Konsumenten als (gute) Bürger 218
3.2.1 Transnationale Solidarität oder selbstbezogene Konsumräume: Homo Oeconomicus vs. Homo Politicus 218
3.3 Machtkontrolle und Steuerung in politischen Marktarenen 238
3.3.1 Unternehmensmacht und Unternehmenskontrolle 239
3.3.2 Konsumenten als Watchdogs der Unternehmensmacht 269
3.4 Corporate Citizenship und Consumer Citizenship – Bürgerschaft durch Öffentlichkeit 296
3.4.1 Kommunikative Vermittlung der Unternehmensbürgerrolle: Transparenz vs. symbolische Politik 297
3.4.2 Öffentlicher Druck des Consumer Citizen: (begrenzte) Gegenmacht 314

VI. Fazit: Bürgerschaft als politische Dimension des Marktes 339

1 (Trans-)Nationale Bürgerrollen von Konsumenten und Unternehmen 340
2 Steuerung politischer Marktmacht 344
3 Medienberichterstattung und politische Marktarenen 349
4 Konsumenten und Unternehmen als Bürger 350

Literaturverzeichnis 353

Anhang 381