

# Professionalisierung im Verbraucherschutz

Dienstag, den 13. September 2022  
an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg

## 1 PROFESSIONALISIERUNG IM WANDEL

Im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert organisierten sich Verbraucher:innen noch weitgehend selbst bzw. im Verbund mit der Arbeiterbewegung gegen den sich herausbildenden liberalen Kapitalismus, etwa durch Proteste und Streiks gegen hohe Preise und Warenknappheit sowie durch genossenschaftlich organisierte Verbrauchsgemeinschaften als ökonomische Gegenmacht. Im wirtschaftlichen Aufschwung der Nachkriegszeit kann dann die Etablierung von Testmagazinen und Beratungseinrichtungen sowie die Herausbildung von spezifischen Rechten und Organisationen für Verbraucher:innen als eine erste „Professionalisierung“ der Arbeit und des Engagements für Verbraucherinnen und Verbraucher gesehen werden (für Deutschland Rick 2018). Mit dem späteren grünen US-Präsidentschaftskandidaten, dem Verbraucheranwalt Ralph Nader, hat diese Entwicklung hin zu einer starken stellvertretenden Stimme für die Verbraucher:innen besondere Strahl- und Symbolkraft erlangt. Aber auch durch Kampagnen- und Bildungsarbeit von zivilgesellschaftlichen Organisationen erhielt die Professionalisierung des Verbraucherschutzes einen Schub.

Trotz voranschreitender Institutionalisierung erweist sich die Interessenvertretung im Bereich der Verbraucherpolitik aufgrund der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung, der Heterogenität der Verbraucherinteressen und der Tatsache, dass es sich um ein Querschnittspolitikfeld handelt als Herausforderung (Lamla und Laser 2018, vgl. auch Bala und Loer 2021; Bala und Schuldzinski 2021). Das zeigt nicht nur der Wechsel politischer Zuständigkeiten auf Bundesebene vom Landwirtschafts- und Ernährungs- zum Justiz- und jüngst nun zum Umweltressort. Insbesondere die hohe Dynamik des digitalen Wandels macht deutlich, wie schwierig eine Stabilisierung politischer Zuständigkeiten und beruflicher Kompetenzanforderungen im Feld des Verbraucherschutzes ist.

**verbraucherzentrale**

*Nordrhein-Westfalen*

*Ein gemeinsamer Workshop des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung der Verbraucherzentrale NRW e. V. (KVF NRW), des Fachgebiets Soziologische Theorie und des Wissenschaftlichen Zentrums für Informationstechnik-Gestaltung (ITeG) an der Universität Kassel sowie des Instituts für Verbraucherinformatik an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg (IVI).*



**KVF | NRW**

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung Nordrhein-Westfalen

UNI KASSEL | GESELLSCHAFTS  
VERSITÄT | WISSENSCHAFTEN



Wissenschaftliches  
Zentrum für  
Informationstechnik-  
Gestaltung

VERBRAUCHER  
INFORMATIK

Unterstützt durch



**Mittelstand 4.0**  
Kompetenzzentrum  
Usability

Das Feld unterliegt einem permanenten Wandel. Hatten sich in der Vergangenheit im Bereich der Rechts- oder der Ernährungswissenschaften Ausbildungsgänge oder Spezialisierungsmöglichkeiten für dieses komplexe Berufsfeld entwickelt, so stehen die Akteure angesichts der beschleunigten Marktveränderungen doch immer wieder vor neuen Herausforderungen, die etwa heute auch Kompetenzanforderungen im Bereich des Hackens oder der Algorithmenkontrolle umfassen. Vor diesem Hintergrund gilt es über Verbraucherschutz als Beruf und Berufung genauer nachzudenken und insbesondere die Grenzen und Möglichkeiten der Professionalisierung in diesem Feld zu reflektieren.

## 2 FRAGESTELLUNGEN

---

Der Workshop will hierzu Fragen aufgreifen und auf den Verbraucherschutz beziehen, wie sie in der Professionssoziologie an unterschiedlichen Berufsfeldern untersucht werden:

- Inwiefern handelt es sich etwa um ein professionalisierungsbedürftiges Feld (Oevermann 2002), dessen gesellschaftliche Tragweite, Leidensdruck auf die einzelnen Verbraucher:innen und inhärente Krisendynamik es erforderlich macht, dass ein Berufsstand sich dieser Probleme stellvertretend annimmt und hierbei mit einem ausgereiften ethischen Selbstverständnis agiert, die eigenen Qualitätsstandards des Handelns wissenschaftlich absichert und in relativ autonomen Zusammenhängen durchsetzt, pflegt und evaluiert?
- Ist wiederum eine solche Professionalisierungsbedürftigkeit (Oevermann 2002) zu decken? Ist das Handlungsfeld, in welchem die Sprecher:innen und Stellvertreter:innen der Verbraucher:innen agieren, nicht zu heterogen, um ein kollektives Selbstverständnis im Sinne einer Profession auszubilden? Ist also der Verbraucherschutz überhaupt professionalisierbar, und welche Kompetenzen wären in einer solchen Profession typischerweise zu versammeln und durch Ausbildungsangebote nachhaltig sicherzustellen?
- Hier stellt sich auch die Frage, welche Ansprüche an die Herausbildung einer Profession im Feld des Verbraucherschutzes sinnvoll formuliert werden können und müssten. Ist die Heterogenität der Tätigkeiten von der Rechtspflege über die Alltagsunterstützung etwa im Bereich der Schuldnerberatung bis hin zu digitalen Marktwächtern möglicherweise auch ein Indiz für den Wandel von Professionen in der heutigen Wissensgesellschaft hin zu größerer innerer Vielfalt (Schütze 2016)? Oder sollte der Begriff für solche Felder reserviert bleiben, in denen einzelne Berufsstände – wie die Schulmedizin oder das Rechtswesen – Kernaufgaben kontrollieren und diese Kontrolle monopolisieren (Stichweh 1996)? Kann der Schutz der Verbraucher:innen als Aspekt solcher Kernprofessionen betrachtet werden und von deren Professionsstandards gleichsam zehren?
- Wie steht es um die Beziehung der Professionellen zu ihrer Klientel, und worin besteht letztere genau? Sind es die alltäglichen Lebensvollzüge einzelner oder eher die Problemsituationen des Kollektivs von Verbraucher:innen, auf die sich das Engagement stellvertretender Krisenbearbeitung im Bereich von Verbraucherschutz und Verbraucherpolitik genau richtet? Und wie wären kollektive, auf Ordnungen des Konsums abzielende Aktivitäten mit solchen der Stärkung von Resilienzen und (nicht zuletzt kritischen) Kompetenzen der Verbraucher:innen selbst zu verknüpfen (Lamla 2013, 2020, 2021)?
- Schließlich stellt sich die Frage nach der Rolle der Verbraucherwissenschaften (Kenning et al. 2021) als emergierendes Feld? Entwickeln die interdisziplinären Verbände, die sich um einen Kanon an Theorien, Methoden und Wissensbeständen evidenzbasierter Verbraucherforschung bemühen, genügend Konsistenz und Kohäsionskraft, um in einem relevanten Ausmaß gesellschaftliche Deutungsmacht zu gewinnen und darüber hinaus auch neue Formen und Wege der Vermittlung und Verankerung professioneller Kompetenzen zu finden (etwa durch neue interdisziplinäre Studiengänge)? Oder reproduzieren sich hier dauerhaft disziplinäre Sprachbarrieren und heterogene Standpunkte?

Der Workshop wird diese Fragen gewiss nicht abschließend beantworten können, will sie aber im Dialog von Wissenschaftler:innen aus dem interdisziplinären Netzwerk der Verbraucherforschung, von Expert:innen der Professionsforschung und von Praktiker:innen der Verbraucherarbeit und der Verbraucherpolitik zumindest so weit ausleuchten, dass Ansätze für die weitere Bearbeitung erkennbar und abgrenzbar werden. Exemplarisch sollen hierfür zwei Praxisfelder näher in den Blick genommen werden, nämlich einerseits die etablierte und gut ausgebaute Arbeit der Verbraucherzentrale NRW e. V. und andererseits die noch in der Ausgestaltung befindliche Entwicklung des digitalen Verbraucherschutzes in einer Behörde wie dem BSI.

Die Beiträge sollen in einem Sammelband in der Reihe „Beiträge zur Verbraucherforschung“ des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung der Verbraucherzentrale NRW veröffentlicht werden.

### **3 EINREICHUNG, FRISTEN UND TERMINPLANUNG**

---

Bitte senden Sie ein aussagefähiges Abstract (maximal 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen; Titel, Autorennamen, Kontaktdaten und Keywords zählen nicht dazu) und eine Kurzbiografie bis Montag, den 30. Mai 2022 als eine PDF-Datei über das Kontaktformular auf der Seite:

<https://www.verbraucherforschung.nrw/vernetzen/workshop-16-professionalisierung-im-verbraucherschutz-cfp-70997>.

Bis zum 13. Juni 2022 erhalten Sie Nachricht über die Annahme Ihres Vorschlags. In diesem Fall werden wir Sie bitten, uns bis zum 9. September 2022 eine Präsentation (PowerPoint (\*.pptx), Open/Libre Office Impress oder PDF) und eine Kurzfassung Ihres Vortrags (maximal 5.000 Zeichen) zuzusenden. Bitte beachten Sie, dass die Vorträge dieses Workshops als Sammelband in unserer Open-Access-Schriftenreihe „Beiträge zur Verbraucherforschung“ erscheinen sollen. Die Abgabe der Manuskripte (Word (\*.docx), Open/Libre Office Writer) soll bis zum 1. November 2022 erfolgen.

### **4 KONTAKT**

---

Verbraucherzentrale NRW e. V., Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW), Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Telefon (Zentrale): 0211 38 09-0, E-Mail: [verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw](mailto:verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw)

Verbraucherzentrale NRW (KVF NRW): <https://www.verbraucherforschung.nrw> | [https://twitter.com/kvf\\_nrw](https://twitter.com/kvf_nrw)

Universität Kassel (Fachgebiet Soziologische Theorie | ITeG): <https://uni-kassel.de/go/soztheo> | [https://twitter.com/fb05\\_unikassel](https://twitter.com/fb05_unikassel) | <https://www.uni-kassel.de/forschung/iteg/startseite>

Hochschule Bonn-Rhein-Sieg (IVI): <https://www.h-brs.de/de/wiwi/verbraucherinformatik> | [https://twitter.com/h\\_bonnrheinsieg](https://twitter.com/h_bonnrheinsieg)

### **5 HINWEISE ZUM DATENSCHUTZ**

---

Die Verbraucherzentrale NRW e. V. legt großen Wert auf den Schutz personenbezogener Daten. Unsere Datenschutzhinweise (<https://www.verbraucherforschung.nrw/datenschutz>) informieren Sie darüber, wie wir Ihre Daten verwenden und welche Rechte Sie nach der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) haben. Bitte beachten Sie die „Hinweise zum Datenschutz: Themenvorschläge zu den Veranstaltungen des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung (KVF NRW)“.

## 6 LITERATUR

---

Bala, Christian und Kathrin Loer. 2021. Konsum- und Verbraucherpolitik in der Bundesrepublik Deutschland. In: *Konsum im 19. und 20. Jahrhundert*, hg. von Christian Kleinschmidt und Jan Longemann, 589–616. Berlin: De Gruyter Oldenbourg. <https://www.doi.org/10.1515/9783110570397-022>.

Bala, Christian und Wolfgang Schuldzinski. 2020. Verbraucherpolitik. In: *Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Uwe Andersen, Jörg Bogumil, Stefan Marschall und Wichard Woyke, 946–951. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-23670-0\\_180-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-23670-0_180-1).

Kenning, Peter, Andreas Oehler und Lucia A. Reisch, Hrsg. 2021. *Verbraucherwissenschaften: Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-29935-4>.

Lamla, Jörn. 2013. *Verbraucherdemokratie: Politische Soziologie der Konsumgesellschaft*. Berlin: Suhrkamp.

Lamla, Jörn. 2020. Verbraucherteilhabe durch digitale Bewertungspraktiken? Zur Soziologie der Infrastrukturen der Verbraucherpartizipation. In: *Verbraucherpolitik von unten: Paradoxien, Perspektiven, Problematisierungen*, hg. von Kai-Uwe Hellmann, Ansgar Klein und Bernward Baule, 87–100. Konsumsoziologie und Massenkultur. Wiesbaden: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-29754-1\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-658-29754-1_5).

Lamla, Jörn. 2021. Kritische Bewertungskompetenzen (Selbstbestimmtes Verbraucherhandeln in KI-gestützten IT-Infrastrukturen. Expertise für das Projekt „Digitales Deutschland“ von JFF –Jugend, Film, Fernsehen e. V.). *Digitales Deutschland*. 15. Juni. <https://digid.jff.de/kritische-bewertungskompetenzen-joern-lamla/>.

Lamla, Jörn und Stefan Laser. 2018. Verbraucherschutz. In: *Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Deutschland: Ein Kompendium zur Erschließung eines sich entwickelnden Themenfeldes*, hg. von Holger Backhaus-Maul, Martin Kunze, und Stefan Nährlich, 285–299. Wiesbaden: SpringerVS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-02585-4\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-658-02585-4_16).

Oevermann, Ulrich. 2002: Professionalisierungsbedürftigkeit und Professionalisiertheit pädagogischen Handelns. In: *Biografie und Profession*, hg. von Margret Kraul, Winfried Marotzki und Cornelia Schweppe, 19–63. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.

Rick, Kevin. 2018. *Verbraucherpolitik in der Bundesrepublik Deutschland: Eine Geschichte des westdeutschen Konsumtionsregimes, 1945-1975*. Wirtschafts- und Sozialgeschichte des modernen Europa 5. Baden-Baden: Nomos.

Schütze, Fritz. 2016. Das Konzept der Sozialen Welt, Teil 2: Theoretische Ausformung und Weiterentwicklung. In: *Handbuch Professionsentwicklung*, hg. von Michael Dick, Winfried Marotzki, und Harald A. Mieg, 88–106. UTB Erwachsenenbildung 8622. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.

Stichweh, Rudolf. 1996. Professionen in einer funktional differenzierten Gesellschaft. In: *Pädagogische Professionalität: Untersuchungen zum Typus pädagogischen Handelns*, hg. von Arno Combe und Werner Helsper, 49–69. Frankfurt am Main: Suhrkamp.