

Unternehmerische Landwirtschaft zwischen Marktanforderungen und gesellschaftlichen Erwartungen



... aus der Sicht der Forschung

Achim Spiller
Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte

GEWISOLA 2011 - 28.09.2011 in Halle

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN





Übersicht

Fernsehen

Radio

Sendung verpasst? ▾

Kategorien ▾



Das System Wiesenhof

Wie ein Geflügelkonzern Menschen, Tiere und die Umwelt ausbeutet

› Einstellungen

S M L

ARD-exklusiv: Das System Wiesenhof

Bewerten



Ihre Meinung?

Information

Wenn es um Geflügel geht, denken die meisten an Wiesenhof. Dank der Werbung ist die Marke in ganz Deutschland bekannt. Der Konzern hinter Wiesenhof, die PHW-Gruppe, ist Marktführer, produziert mehr als 270 Millionen Hühner pro Jahr. Woche für Woche werden etwa 4,5 Millionen Hähnchen geschlachtet. Das Versprechen: 'Wiesenhof setzt seit jeher besondere Maßstäbe in punkto Qualität, Sicherheit und Transparenz.' Top Qualität also zu einem günstigen Preis? Oder sieht die Wahrheit dahinter anders aus? Tierschützer kritisieren die Haltungsbedingungen, werfen dem Konzern Tierquälerei vor.

Mehr aus:

▾ Reportage / Dokumentation

Das Erste



Sendung vom 31.08.11 | 21:45



ARD-exklusiv: Das System Wiesenhof
28:44 min



Mehr zu dieser Sendung ▶

Weitere Clips zu den Stichwörtern:

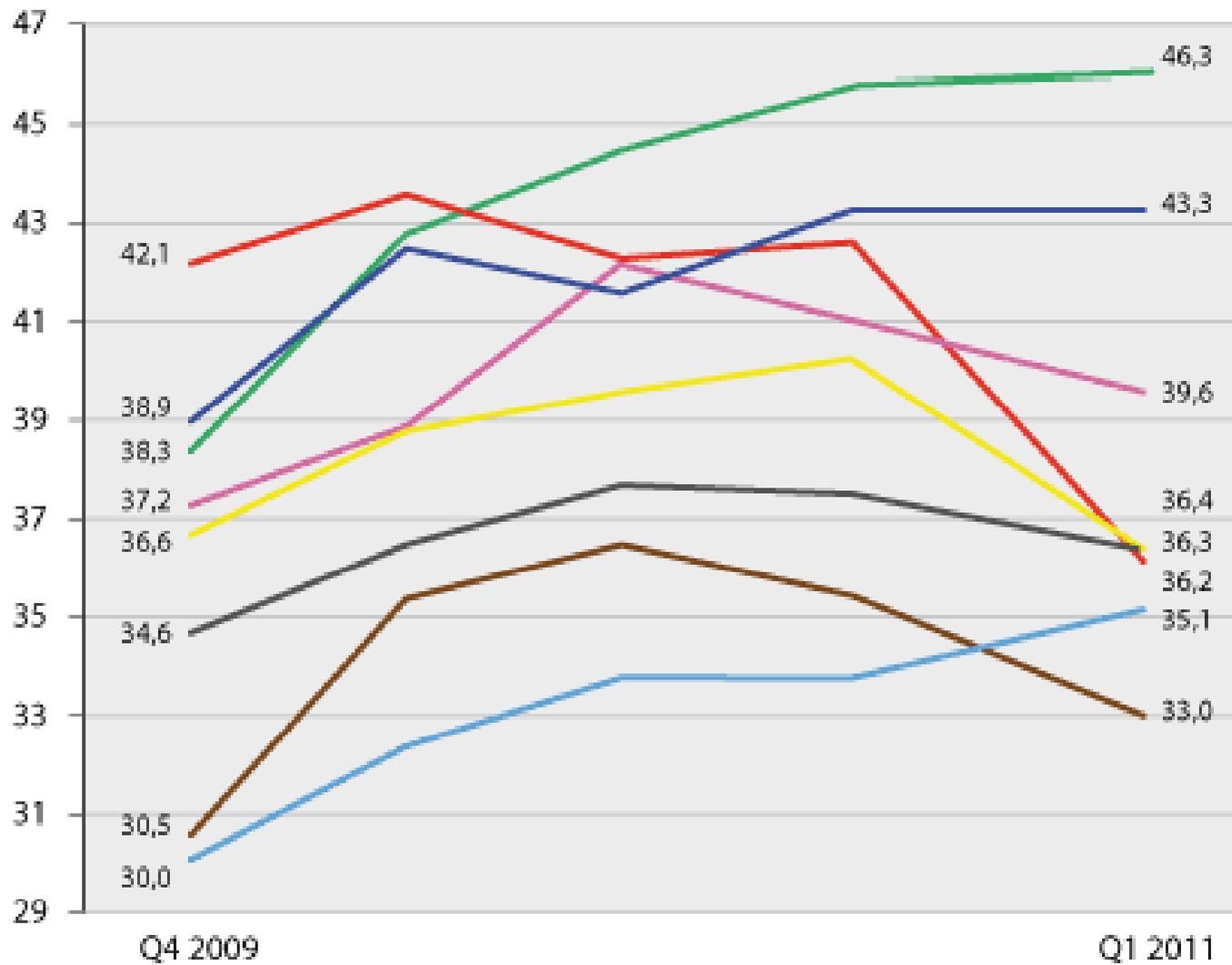
▶ Dokumentation

▶ Tierquälerei

▶ Huhn

▶ Ei

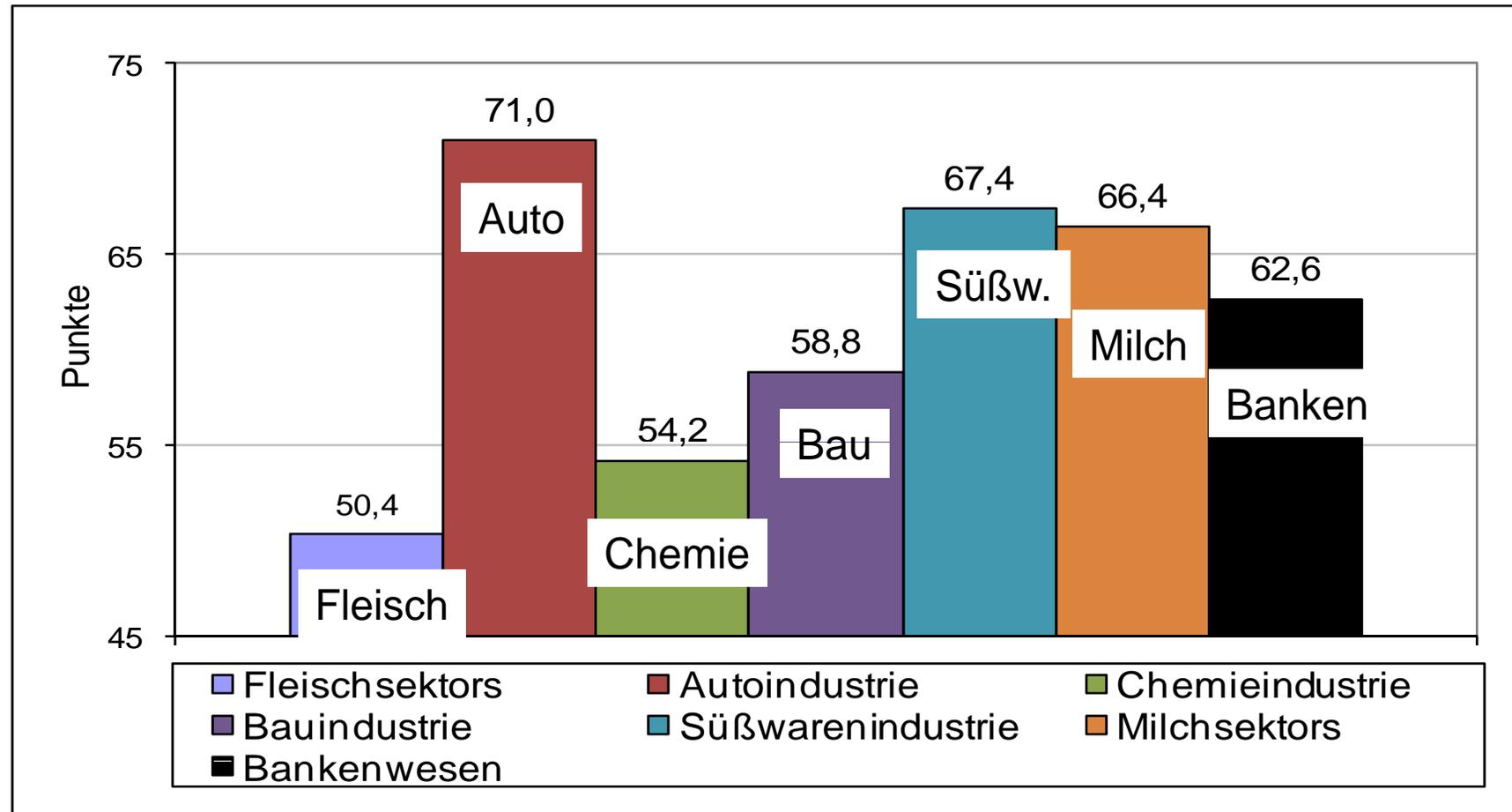
Verlauf Vertrauensindex



- Automobil
- Lebensmittel
- Gesundheit
- IT
- Verkehr & Transport
- Chemie
- Energie
- Finanzen



Branchenimage im Vergleich



Eigene Studie 2008

Resignation?



© G. Altmann / pixelio.de

- Schafft es selbst ein Vorzeigeunternehmen wie Wiesenhof nicht, sich zu wehren?
- Verliert die deutsche Veredelungswirtschaft gerade in der Phase, in der sie sich ökonomisch restrukturiert hat, die gesellschaftliche Akzeptanz?

Studiendesign

→ erste Studie, die gleichzeitig

- Qualitätspresse,



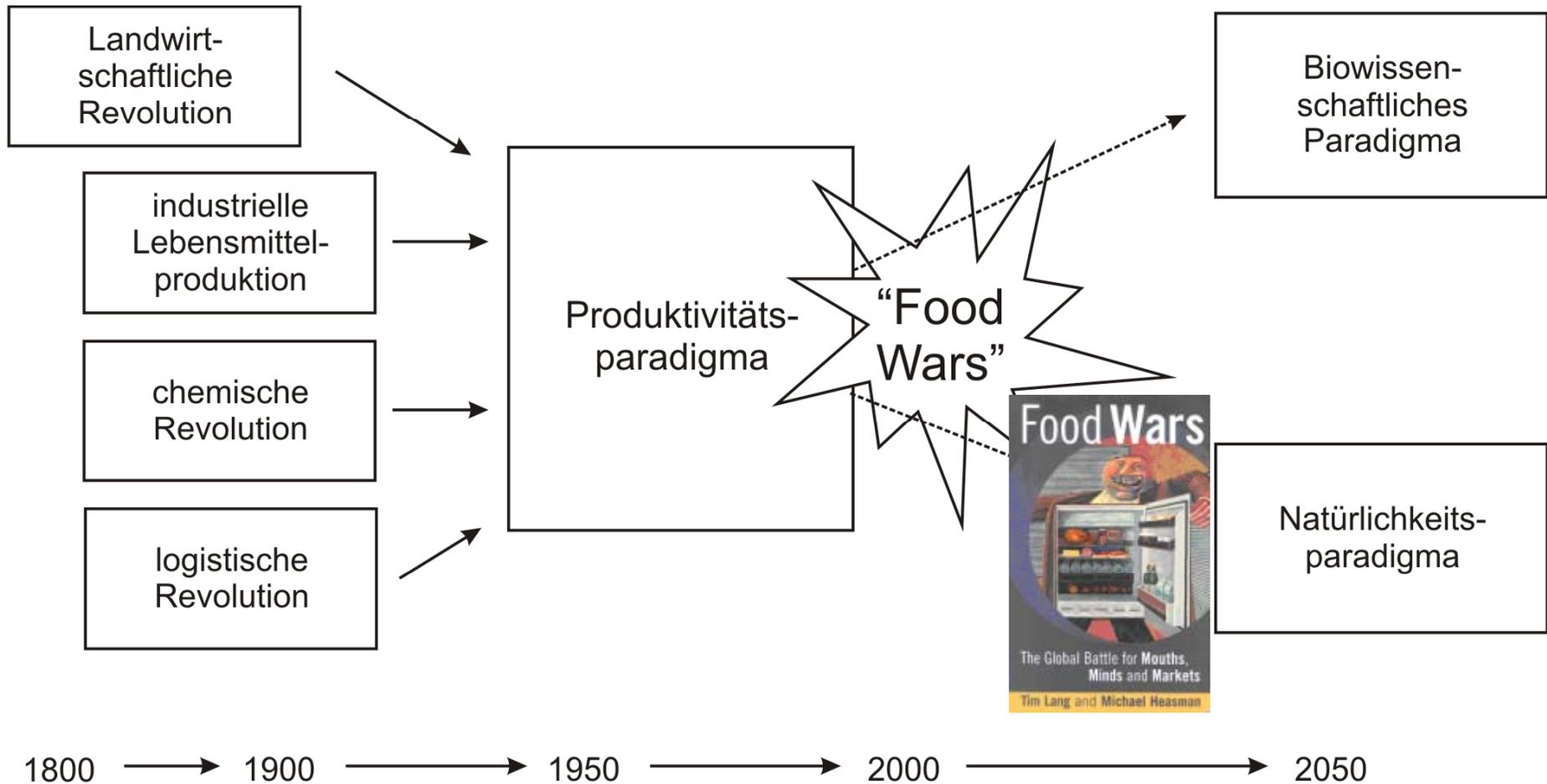
- Social Web und



- Verbraucherverhalten



untersucht.



Quelle: verändert nach Lang und Heasman 2004

Der wichtigste Frame in der heutigen
Medienauseinandersetzung

Produktivität

Natürlichkeit

positiv

negativ



Agenda

-  Analyse der Qualitätspresse
-  Social Web Analyse
-  Verbraucherstudie
-  Schlussfolgerungen

Analyse der Qualitätspresse



Methodik

- Untersuchungszeitraum:
vom 1. Juli 2007 bis 31. Dezember 2009
- Analyse von 5.903 Artikeln:

Süddeutsche Zeitung 2.207 Artikel (37,4 %)

die tageszeitung 1.215 Artikel (20,6 %)

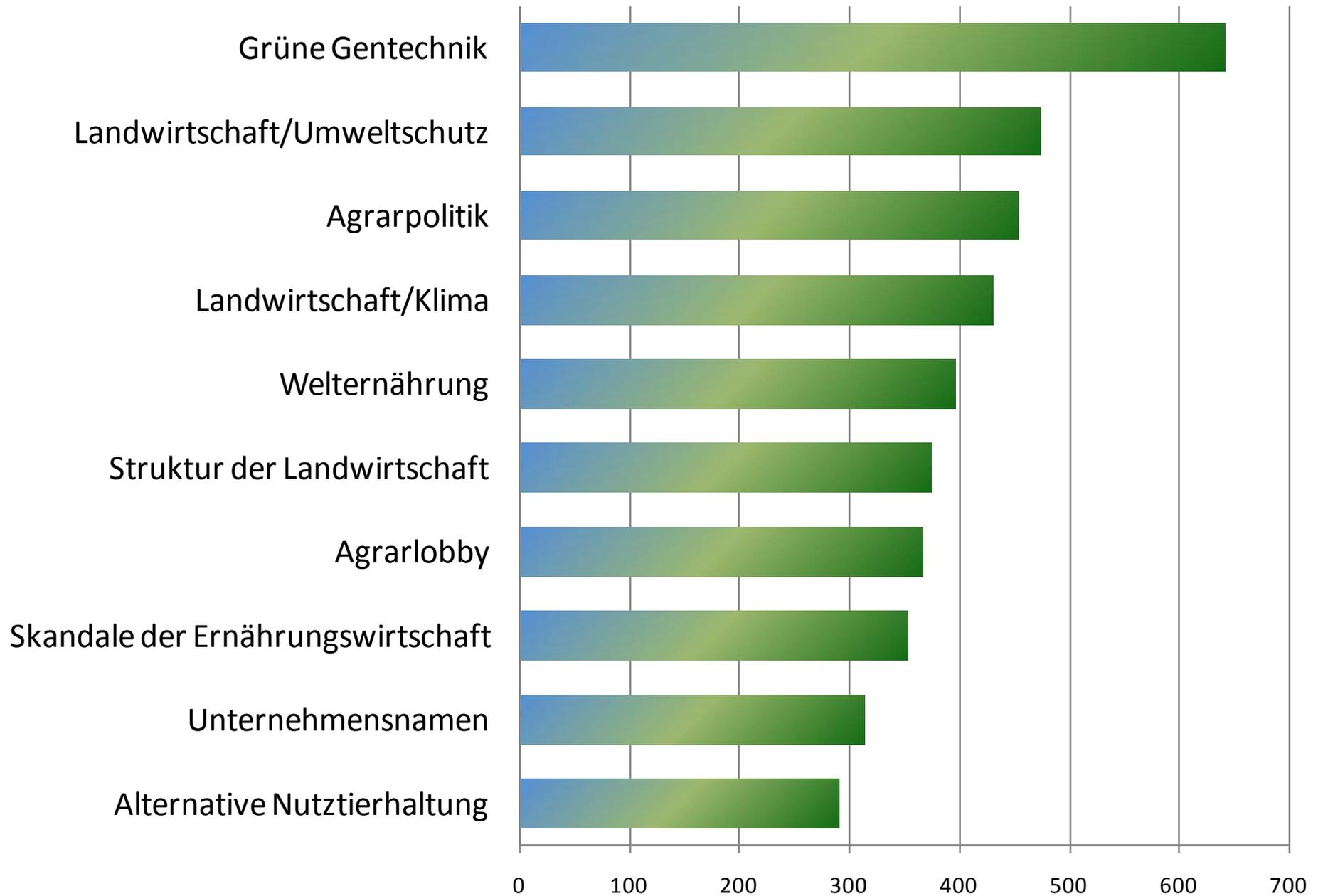
DIE  WELT 1.203 Artikel (20,4 %)

Frankfurter Rundschau 1.003 Artikel (17,0 %)

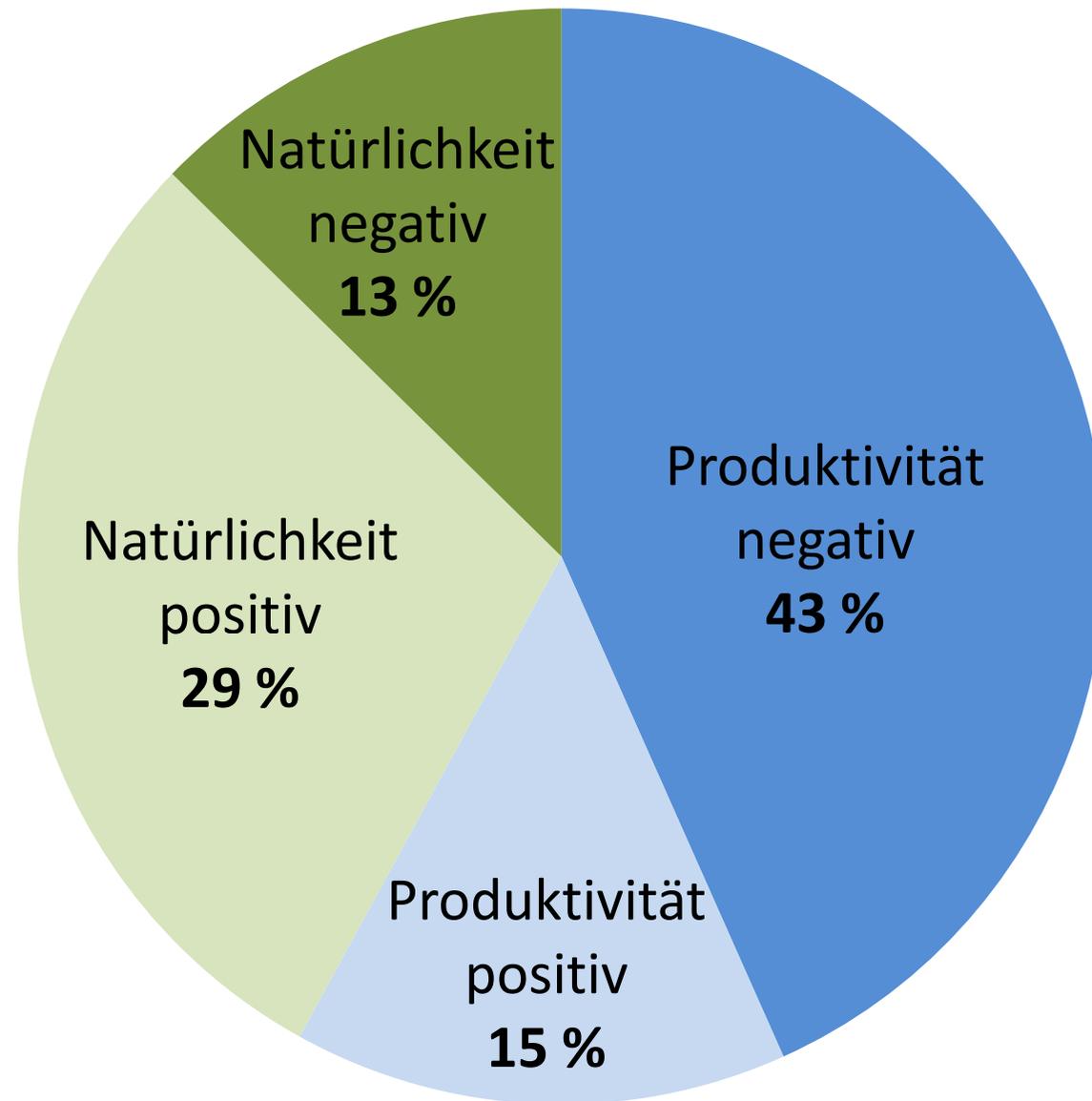
DIE  ZEIT 154 Artikel (2,6 %)

DER SPIEGEL 121 Artikel (2,0 %)

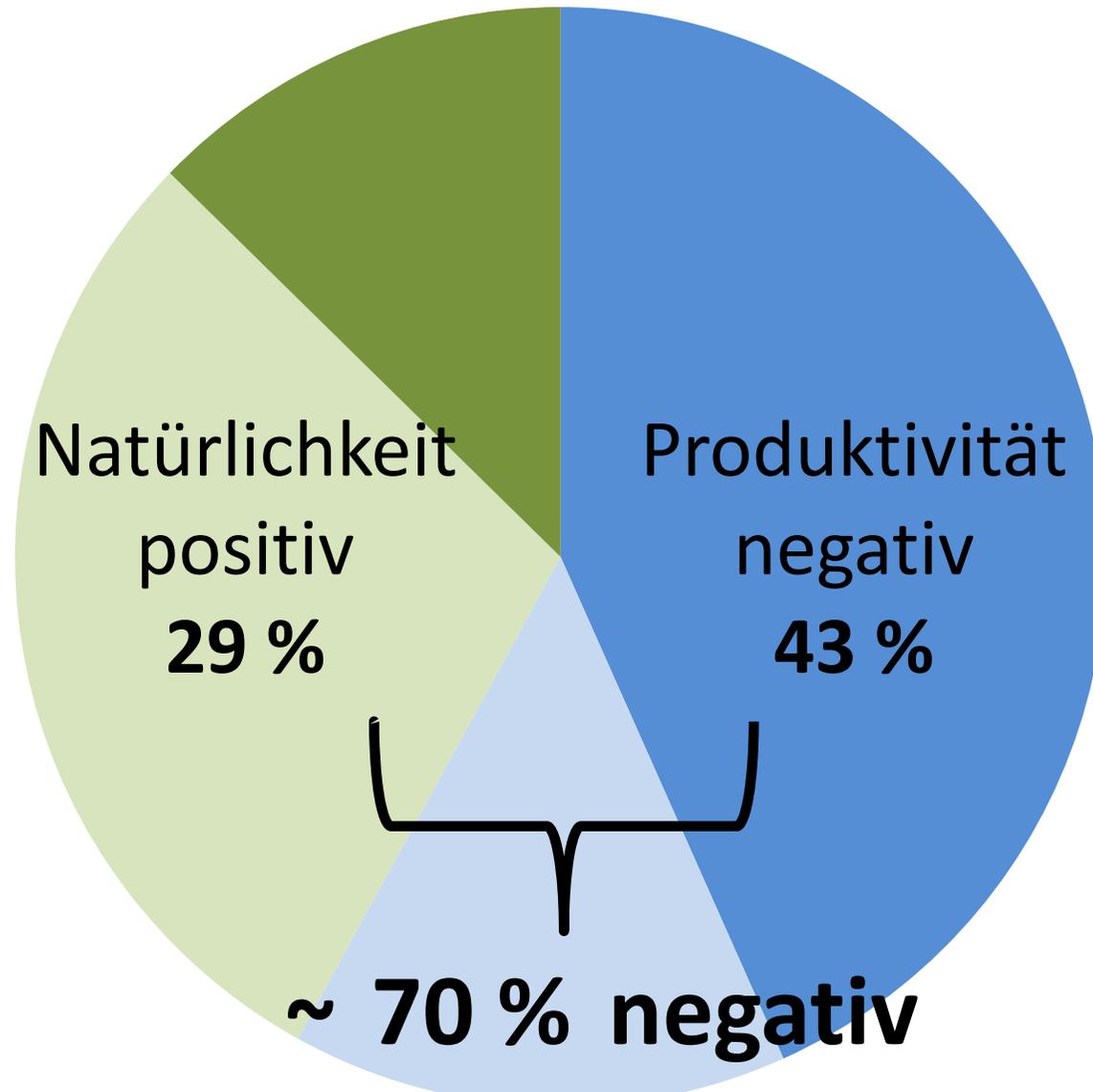
Top 10 der diskutierten Themen



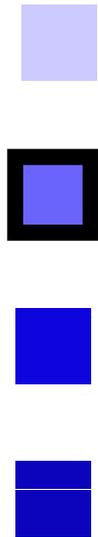
Berichterstattung und Bewertung



Berichterstattung und Bewertung



Social Web Analyse

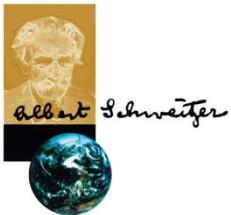




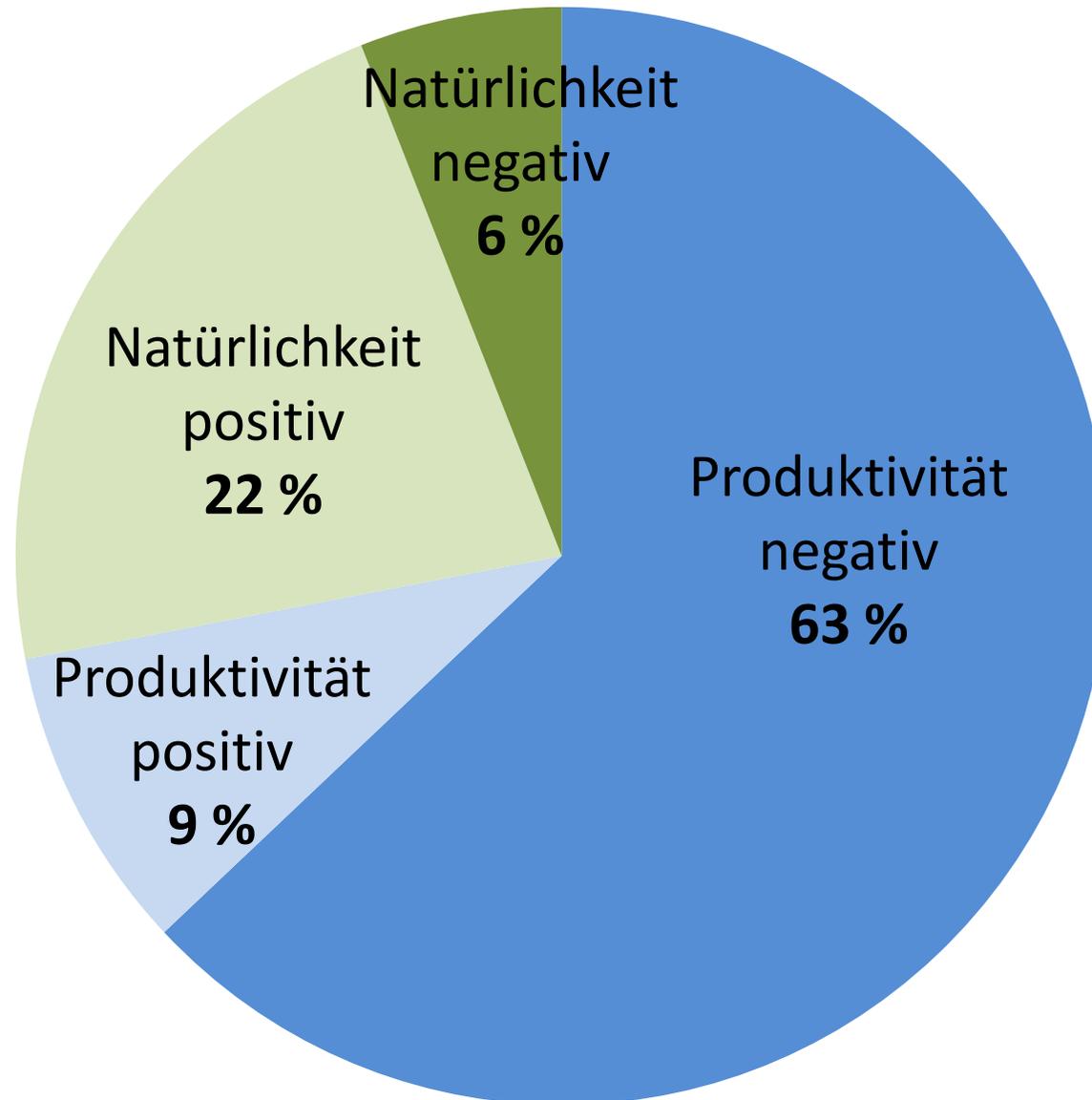
Quelle: e-book-manager.com/blog/social-media-networks

Methodik

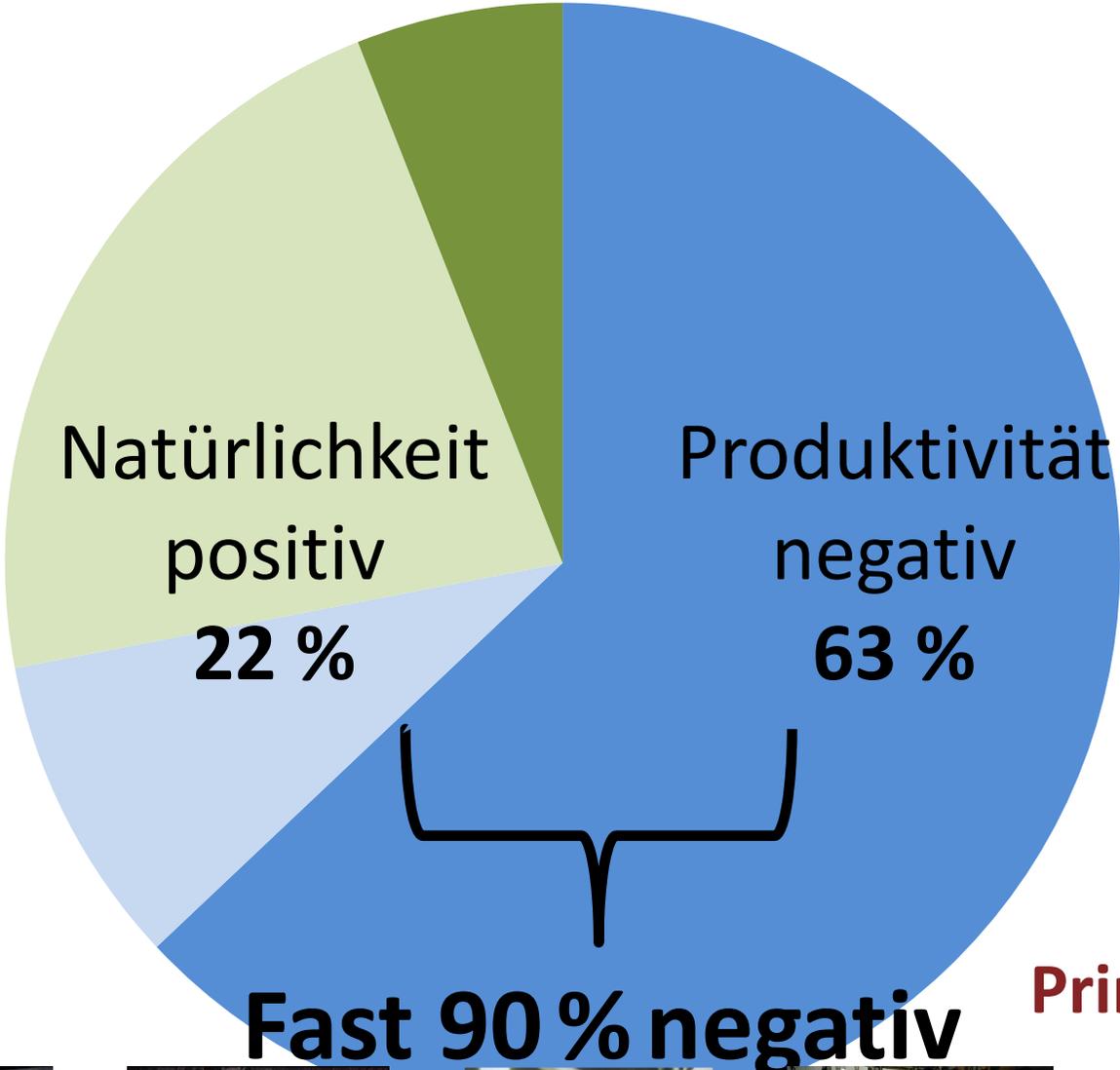
- Screening des frei zugänglichen deutschsprachigen Social Web (alle Diskussionsforen und Weblogs)
- Untersuchungszeitraum:
 - von Juli 2007 bis August 2009 (Foren)
 - von Januar 2009 bis August 2009 (Weblogs)
- Analyse von 50.931 Beiträgen



Kommunikation und Bewertung



Kommunikation und Bewertung



Print: ca. 70 %



Zwischenfazit

- Printmedien und Social Web: Kommunikation über die Ernährungswirtschaft nimmt in beiden Medien zu
- Kommunikation über die Ernährungswirtschaft im Social Web hat sich in den vergangenen zwei Jahren fast verdoppelt



- Social Web noch negativer als Presse:

- 90/10 versus 70/30

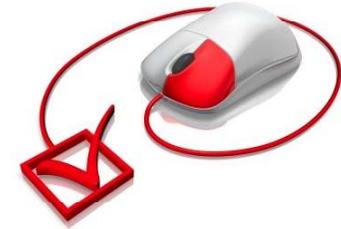


- Verhältnis stabil (außer bei massiven Preiserhöhungen wie 2007/08)

Verbraucherstudie



Methodik



- Online-gestützte Befragung
- 922 Teilnehmer → annähernd bevölkerungsrepräsentativ
- Untersuchungszeitraum: Sommer 2010

Produktivität und Natürlichkeit

Ich finde es gut, dass Lebensmittel heute überall und immer erhältlich sind.
Mir ist es wichtig, dass die Lebensmittel auch in Zukunft immer günstiger werden.
Mir ist es wichtig, auch im Winter frisches Obst kaufen zu können.
Es ist wichtig, dass die Land- und Ernährungswirtschaft auch in Zukunft fortschrittlich und innovativ bleibt.

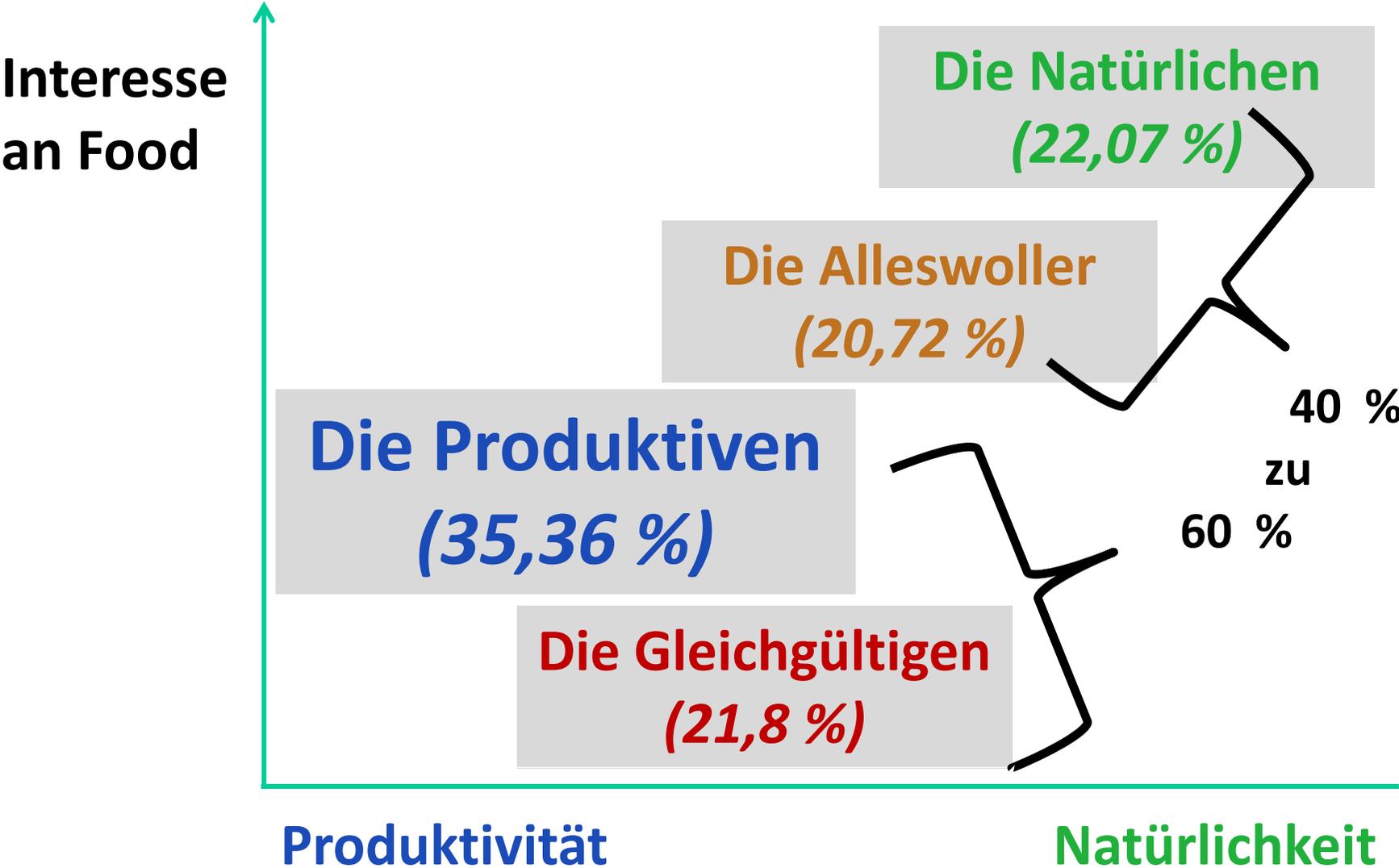
Produktivität

In der Land- und Ernährungswirtschaft sollte die Natur im Mittelpunkt stehen.
In der Land- und Ernährungswirtschaft sollte das Tier im Mittelpunkt stehen.
Mir wäre es lieber, die Lebensmittel würden zukünftig mit weniger Technik hergestellt werden.
Es ist mir wichtig, dass ich auch in Zukunft noch die Möglichkeit habe, meine Lebensmittel in handwerklichen Betrieben zu kaufen.

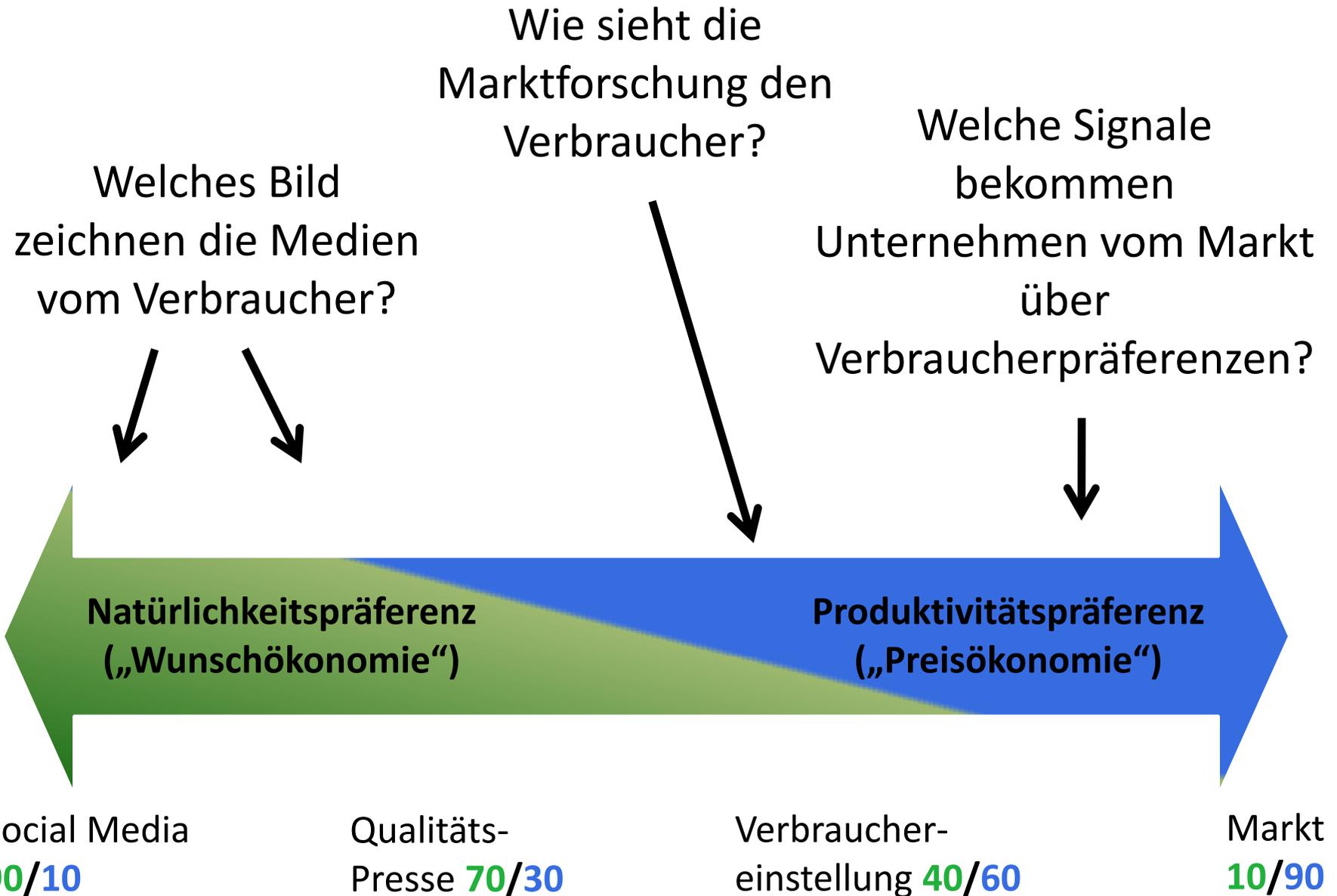
Natürlichkeit

Einstellung zur Ernährungswirtschaft in der Gesellschaft

(in Klammern: Anteil an der dt. Bevölkerung)

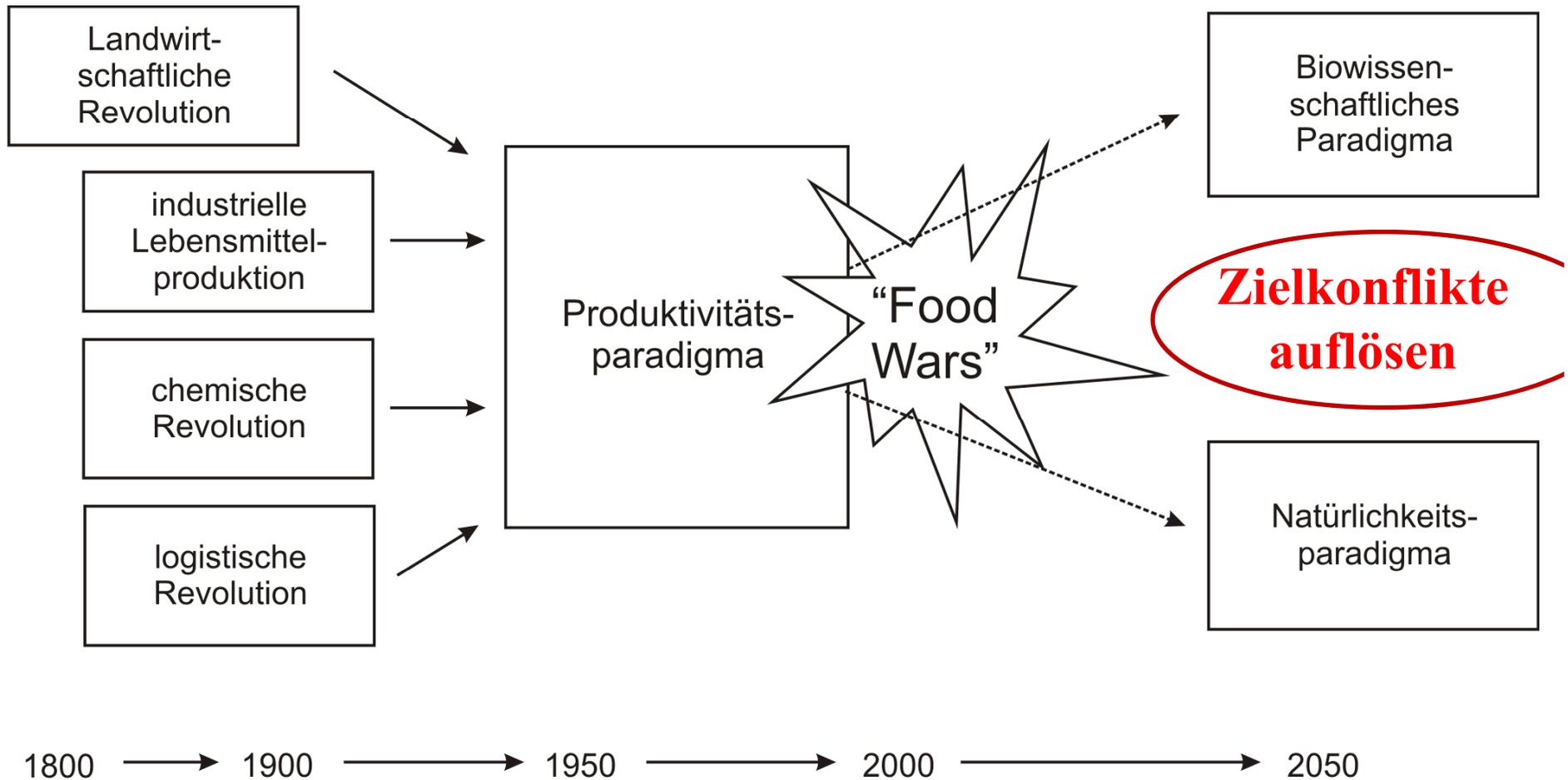


Gesellschaftliche Erwartungen - Marktanforderungen



Schlussfolgerungen aus Sicht der Forschung





Quelle: verändert nach Lang und Heasman 2004

Zusammenhang Betriebsgröße-Tierwohl („Massentierhaltung“)

- Kampfbegriff Massentierhaltung auf der einen Seite
- \neq
- Veränderung der Betriebsgrößenstrukturen in der Landwirtschaft auf der anderen Seite
- Wissenschaftliche Studien zum tatsächlichen Zusammenhang zwischen Betriebsgröße und Tierwohl kaum vorhanden
- Insgesamt aber weitgehende Einigkeit, dass Tierwohl keine einfache Frage der Betriebsgröße ist
- Für die Landwirtschaft wäre es wichtig, von der pauschalen Diskussion um Massentierhaltung weg zu kommen

Wahrnehmung von „Massentierhaltung“ und tatsächliche Bestandsgrößen

Tierart	Ø Anzahl (Mast-) Plätze in D	Ø Anzahl (Mast-) Plätze in Nds.	Wo beginnt Massentierhaltung beim Verbraucher?*
Mast-schweine	294	519	1.000
Mast-hähnchen	14.900	35.100	5.000
Milchkühe	46	59	500

Quelle: Eigene Berechnung, Destatis 2011 und eigene Befragung 2011

*Tierzahl, ab der ca. 90 % der Verbraucher von Massentierhaltung ausgehen

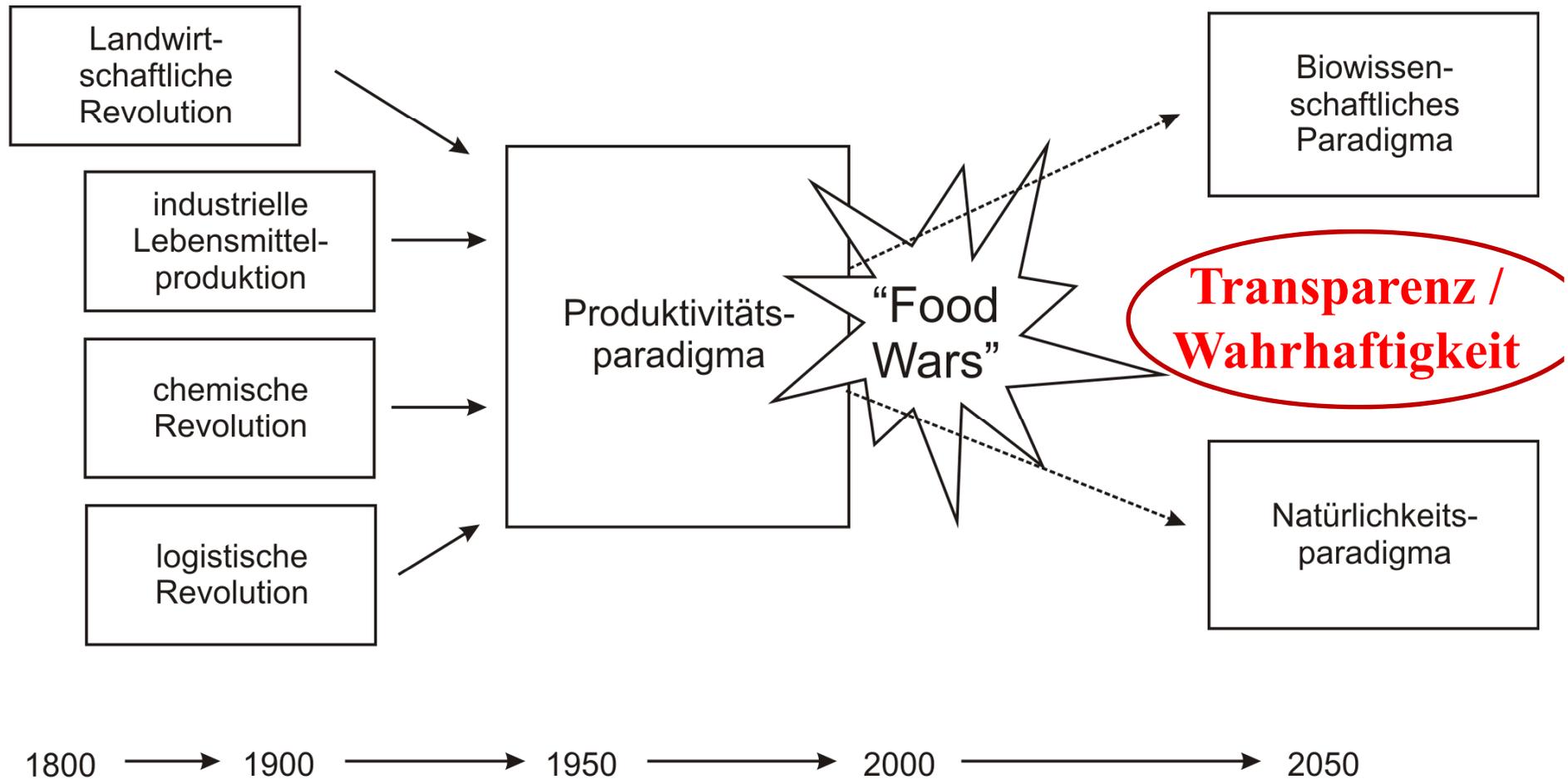
Nachrichten

16. September 2011

Verbraucherzentrale passt Sprachgebrauch an

Den Begriff "Massentierhaltung" will die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen (NRW) künftig aus ihrem offiziellen Sprachschatz streichen. Damit werde anerkannt, dass Kriterien des "Tierwohls" immer nur für das Einzeltier gelten können - unabhängig von der Zahl der im Stall gehaltenen Tiere, sagte der Agrarexperte der Verbraucherzentrale NRW Bernhard Burdick am Mittwoch. Als Teilnehmer einer Diskussion auf dem Veredelungstag des Deutschen Bauernverbandes (DBV) in Dorsten bestätigte er, dass "Massentierhaltung" keinen Aussagewert besitze. Es könne zutreffen, dass Einzeltiere in großen und modernen Haltungseinrichtungen bessere Bedingungen vorfinden als in kleineren. Daher habe die Verbraucherzentrale beschlossen, den unklaren Begriff zu vermeiden. (jst)

Quelle: Agrarzeitung vom 16.09.2011



Quelle: verändert nach Lang und Heasman 2004



WIESENHOF



Für unsere gute Landliebe Landmilch tun wir seit jeher alles, damit die Qualität und der Geschmack garantiert immer ausgezeichnet bleiben.

Selbstverständlich kommt unsere Milch nur von ausgewählten Bauernhöfen, die wir selbst kennen und regelmäßig kontrollieren.

Bei uns auf dem Land legen wir besonders viel Wert auf artgerechte Tierhaltung, Gesundheit und Wohlergehen der Milchkühe.

Unsere Landliebe Landmilch wird regelmäßig auf Rückstände und Schadstoffe untersucht. Bei der Beurteilung werden die strengen Kriterien der Babynahrung herangezogen.



Traditionelle Fütterung

Traditionelle Fütterung ist Teil eines ganzheitlichen Konzeptes, das die gesamte Wertschöpfungskette vom Kuhfutter bis hin zum Kühlregal umfasst.

Unsere Landliebe-Bauern haben sich dazu verpflichtet, ihre Kühe mit **traditionellen Futterpflanzen** wie z. B. Gras, Mais und Raps zu füttern – also Pflanzen, welche die Bauern auf eigenen Wiesen und Feldern anbauen. Kann der Eigenanbau den Bedarf nicht decken, kaufen unsere Bauern ausschließlich traditionelle, **ohne Gentechnik angebaute Futterpflanzen** von ausgewählten Lieferanten.

Ebenso genau nehmen wir es mit der Gesundheit unserer Kühe. Mit Vorgaben zur artgerechten Tierhaltung und dem Einsatz unverfälschter, **traditioneller Futterpflanzen** verfolgen unsere Vertragsbauern und wir die gleichen Ziele – schließlich wollen sie für ihre Kühe und ihren Betrieb nur das Beste.

Nur wenn sich unsere Kühe wohl fühlen, geben sie beste Milch. Darum verbringen unsere Bauern viel Zeit mit ihrer Pflege. Die Kühe können sich frei bewegen und genießen z. B. auch ein Wohlfühlprogramm mit speziellen Massagebürsten.

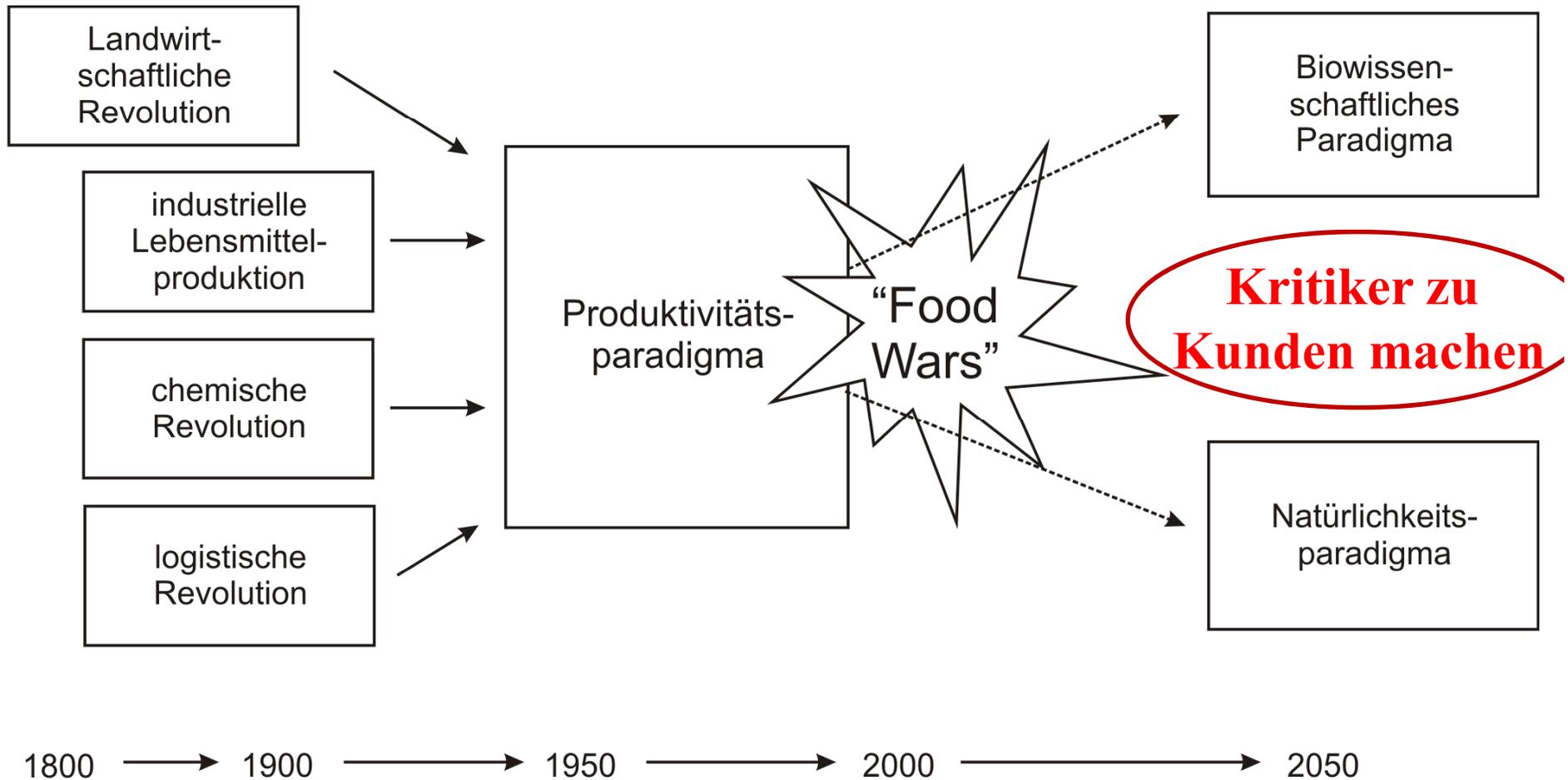
► [Zur Landliebe Milchqualität](#)



verbraucherzentrale



<http://www.lebensmittelklarheit.de>



Quelle: verändert nach Lang und Heasman 2004

Zahlungsbereitschaft für Animal Welfare (1 kg Hähnchenbrustfilet)

Nachfrage



5,50€

10,00€

20,00€

30,00€ Preis

Quelle: Makdasi/Marggraf 2011 und Stiftung Warentest 2011

Fazit

- Spannungsverhältnis zwischen gesellschaftlichen Erwartungen und Marktrealität in Deutschland besonders ausgeprägt
- Insbesondere für die tierische Veredelung
- Wichtige Forschungsherausforderungen:
 - Interdisziplinäre Arbeiten zur nachhaltigen Produktivität
 - Empirische und wettbewerbsrechtliche Arbeiten zur Qualitätswahrnehmung der Verbraucher
 - Supply Chain Forschung und Nischenmarketing

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



Achim Spiller

Georg-August-Universität Göttingen

Lehrstuhl "Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte"

Department für Agrarökonomie und RURALE ENTWICKLUNG

Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen

Tel: 0551/39-9897; Fax: 0551/39-12122

a.spiller@agr.uni-goettingen.de

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN

