

Band 4
Reihe: Agrarökonomie

HERAUSGEBER
Achim Spiller und Ludwig Theuvsen

Justus Böhm, Friederike Albersmeier und Achim Spiller (Hrsg.)

Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit



**Wer darf Lebensmittelkrisen managen? Einfluss der
Medienberichterstattung auf die Wege aus den
Gammelfleischskandalen**

Justus Böhm, Holger Schulze, Daniela Kleinschmit, Achim Spiller

1 Ausgangssituation

Die Fleischwirtschaft steht seit längerem schon in der Kritik der Öffentlichkeit. Die Berichterstattung über Massentierhaltung, Tierschutz sowie diverse Skandale hat ein bleibend negatives Bild von der Fleischwirtschaft gezeichnet. Zusätzlich treten aber auch andere Gruppen auf, die lokal (z. B. Bürgerinitiativen, Schlecht et al. 2008) oder national und international (z. B. PETA e. V., PETA 2009) versuchen, in ihrem Sinne Druck auf die Branche auszuüben. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass im Zuge der BSE-Krise die Politik das Thema Ernährung und im Besonderen Fleisch als Kampagnenthema entdeckt hat (Kleinschmit/Feindt 2004).

Vor diesem Hintergrund begann 2005 eine Serie von sogenannten Gammelfleischskandalen. Dieser Begriff etablierte sich sehr schnell in den Medien und wurde auch gerne von Politikern aufgegriffen, um eine einprägsame Bezeichnung für die Vorgänge zu haben. Im Zeitraum 2005 bis 2008 schaffte es dieses Thema immer wieder auf die Titelseiten der großen deutschen Zeitungen. „Dreckszeug im Essen“ (Frankfurter Rundschau 14.12.05), „Noch mehr Gammelfleisch in Deutschland“ (Hamburger Abendblatt 21.11.05), „Tonnenweise Gammelfleisch in Kühlhaus gefunden“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung 12.09.2006) oder „Gammelige Schweineköpfe zu Wurst verarbeitet“ (TAZ 22.01.08) sind nur einige Beispiele, die verdeutlichen sollen, welche Bedeutung das Thema in dieser Zeit hatte.

Der Handel mit verdorbenem Fleisch zeigt, dass Kontrollen der Lebensmittelsicherheit unumgänglich sind und legt gleichzeitig offen, dass Kontrolldefizite in den Institutionen, die die Lebensmittelsicherheit gewährleisten sollten, bestehen. Unklar ist jedoch, warum es nach der Initiative der EU zu mehr privater Verantwortung bei der Lebensmittelsicherheit im Zuge der Gammelfleischskandale vor allem einen Ausbau der staatlichen Verantwortung gab.

Im Gegensatz zu vielen anderen Branchen (z. B. der Automobilindustrie) ist in der Lebensmittelwirtschaft die Primärverantwortung traditionell staatlich verankert. Gerade in Deutschland hat diese im Fleischbereich eine sehr lange Tradition, zurückzuführen u. a. auf historische Erfahrungen, da vormals die hohen technischen Schwierigkeiten der Lebensmittelsicherheit und die entsprechenden Gesundheitsrisiken nicht den vielen kleinbetrieblichen Akteuren überlassen werden konnten (Spriggs/Isaac 2001). Anfang dieses Jahrzehnts verdeutlichte dann

die BSE-Krise, dass die primär hoheitlich verantwortete Qualitätssicherung lückenhaft war und neue Lösungswege eingeschlagen werden mussten (Schramm/ Spiller 2003). Auf sie wurde mit dem „Weißbuch zur Lebensmittelsicherheit“ reagiert, welches zu einer stärkeren privatwirtschaftlichen Verantwortung führte, da „der Lebensmittelunternehmer am besten in der Lage ist, ein sicheres System der Lebensmittellieferung zu entwickeln und dafür zu sorgen, dass die von ihm gelieferten Lebensmittel sicher sind; er sollte daher auch die primäre rechtliche Verantwortung für die Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit tragen.“ (EG 2002: 7). Die Konsequenz aus den „Gammelfleischskandalen“ ein 10-Punkte-Programm, das von den politischen Entscheidungsträgern beschlossen wurde und vor allem einen Ausbau der staatlichen Kontrollen beinhaltete (vgl. BMELV 2005). Diese Diskrepanz aus EU-Leitlinie der privaten Primärverantwortung und den nationalen Entscheidungen in Deutschland zu mehr staatlicher Verantwortung soll auf Basis der zeitnahen Medienberichterstattung untersucht werden.

Politiker, die mit einer Krise konfrontiert werden, sehen sich durch die Medien unter Handlungsdruck gesetzt, da die Medien ihre Hauptinformationsquelle sind (Meyer-Hullmann 1999), was auch schon bei der BSE-Krise festzustellen war (Kleinschmit/Feindt 2004). Gerade für die Politik, aber auch für andere Beteiligte, wie die Fleischbranche, stellt sich in solchen Situationen das Problem, dass sie im Sinne der Öffentlichkeit agieren müssen, um verlorenes Vertrauen gutzumachen oder sich zu profilieren. Dabei wird die veröffentlichte Meinung von politischen Entscheidungsträgern als Barometer für die öffentliche Meinung herangezogen. Daher stellt sich die Frage, ob zwischen der Berichterstattung der Medien und den Reaktionen auf die Gammelfleischskandale ein Zusammenhang besteht.

Dieser Frage soll anhand einer empirischen Medienanalyse nachgegangen werden. Dabei ist es das Ziel, die Berichterstattung über den Handel mit Gammelfleisch in einem abgesteckten Zeitraum zu rekonstruieren. Diese Analyse soll aufzeigen, wie das Problem in den allgemeinen und in den fachspezifischen Medien gerahmt wurde. Um diese Fragen zu beantworten, werden am Beispiel des „Gammelfleischskandals“ mit Hilfe einer Inhaltsanalyse 347 Artikel aus sieben verschiedenen Zeitungen untersucht. Die empirischen Ergebnisse rekonstruieren die Darstellung des Skandals in den Medien, zeigen welche Akteure eine Rolle spielen (Sprecher, Opfer, Helfer) und welche Handlungsmöglichkeiten bevorzugt werden.

Im zweiten Kapitel werden der theoretische Rahmen der Medienanalyse und im dritten Kapitel das Forschungsdesign der Studie vorgestellt. Im vierten Kapitel werden die Ergebnisse der Inhaltsanalyse präsentiert. Neben den formalen Merkmalen der Berichterstattung, den Akteuren, Sprechern, Opfern und Verursachern wird auch auf die Darstellung der Problemlöser und die möglichen Lösungsansätze eingegangen. Abgeschlossen wird der Beitrag mit einer Diskussion und den Schlussbemerkungen.

2 Theoretischer Bezugsrahmen: Beziehungen zwischen Medien und politischem Handeln

Die klassische Öffentlichkeit ist einer Medienöffentlichkeit gewichen, in welcher die Journalisten als „Gatekeeper“ (Gerhards et al. 1998) fungieren. Aufgrund medienspezifischer Faktoren wählen sie aus, welche Informationen zur veröffentlichten Nachricht werden und welche nicht zum Leser oder Fernsehzuschauer durchdringen.

Das Wissen um die Macht der Medien, Themen für die Öffentlichkeit zu deuten, führt zu einer Konkurrenz der politischen Akteure, die in der Sprecherfunktion auftreten wollen, um eigene Deutungsmuster darzustellen. Zu diesem Zweck orientieren sich die Akteure an den Regeln der Medien (Gerhards et al. 1998). Jedoch haben nicht alle Akteure in gleichem Maße die Möglichkeit, mediengerechten Input zu gestalten. Diese Fähigkeit ist abhängig von ihrem Status, ihren Ressourcen und spezifischen Kenntnissen. Weiterhin ist die Beteiligungsmöglichkeit am öffentlich-medialen Diskurs abhängig von der Brisanz des veröffentlichten Themas. In Zeiten hoher Aktualität und Brisanz (z. B. im Krisenfall) steigt der Grad des investigativen Journalismus und die Berichterstattung ist unabhängiger von Presseinformationen. Dennoch bedürfen die Medien auch in Krisenzeiten der Informationen durch andere Akteure. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Akteure sich in der Medienöffentlichkeit durchsetzen können und in der Rolle des Sprechers auftreten.

Die Medienöffentlichkeit wird nicht nur durch die versuchte Einflussnahme der gesellschaftlichen Akteure, sondern auch durch die Konzentration der Berichterstattung auf einzelne herausgehobene Interpretationsmuster geprägt. Diese Muster werden in der neueren Medienforschung als Framing bezeichnet (Entman 1993; Druckman 2004). Bei der Bewertung von Sachverhalten werden in vielen Fällen Frames verwendet, die durch die Verdichtung und

Vereinfachung von Strukturen den Interpretationsspielraum der Öffentlichkeit einschränken (Christmann 1997; Dombrowski 1997). Frames stellen bestimmte Aspekte eines Themas heraus und liefern damit ein Muster zur selektiven Wahrnehmung komplexer Themenfelder. Entsprechend erlauben sie es sowohl einzelnen Individuen als auch Organisationen, sich in unübersichtlichen Problemstellungen mit vielfältigen Informationen schnell zurechtzufinden (Snow et al. 1986).

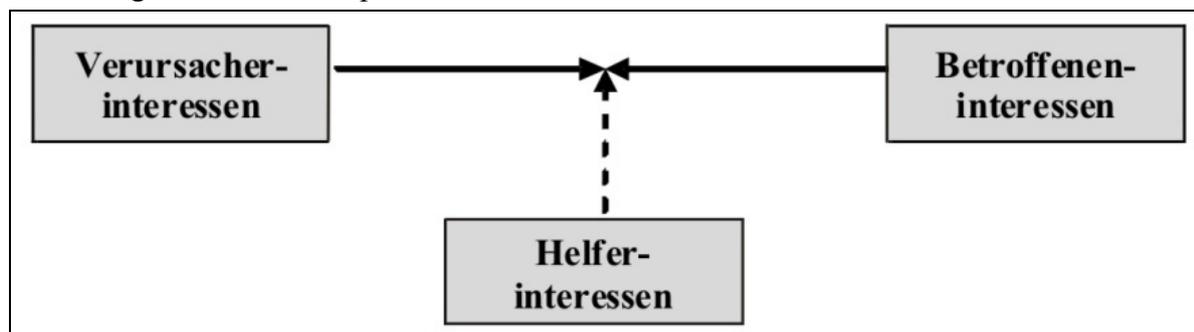
Im Vordergrund steht die Zuschreibung von Ursachen, Verursachern, Folgen und möglichen Lösungen (Dombrowski 1997). Ein spezifisches Modell zum Framing ist das Modell des „Interessendreiecks“, bei dem im Rahmen von Problemsituationen drei Interessensfunktionen unterschieden werden können (von Prittwitz 1990) (vgl. Abbildung 1):

- Verursacherinteressen sind darauf ausgerichtet, Nutzen aus einer Tätigkeit oder Struktur zu ziehen, durch welche die Interessen Dritter oder Schutzgüter beeinträchtigt oder Ressourcen verschwendet werden. Diese Interessen sind in der Öffentlichkeit mit einem schlechten Image verbunden.
- Betroffeneninteressen (oder Opferinteressen) zielen darauf ab, schädigende Tätigkeiten und Strukturen möglichst schnell zu beseitigen. Die Wirkung einer Darstellung als Problemopfer ist jedoch ambivalent. Moralischen Vorteilen steht der Eindruck von Machtlosigkeit gegenüber, der leicht zu einer Schwächung der Verhandlungsposition im politischen Prozess führen kann.
- Helferinteressen bestehen darin, aus der eigenen Fähigkeit zur Lösung gesellschaftlich definierter Probleme einen Vorteil zu ziehen. Die Darstellung als Helfer oder Problemlöser ist im Allgemeinen nicht nur moralisch vorteilhaft, sondern auch mit der Annahme verbunden, dass man über wertvolle Ressourcen verfügt, die einen politischen, ökonomischen oder gesellschaftlichen Tauschwert darstellen.

In vielen Medienberichten zu politischen Krisen konnte eine Rahmung des Themas anhand dieses Interessendreiecks beobachtet werden, wobei es im Interesse der verschiedenen Akteure liegt, sich selbst eine vorteilhafte Rolle zuzuweisen. Für diesen Beitrag ergibt sich damit die Frage, welchen Akteuren der Sprecher welche Funktionen zuschreibt und ihnen damit

eine bestimmte Rolle überträgt. Hinsichtlich der Frage, wer für Lebensmittelkrisen zuständig ist, kommt insbesondere dem Punkt, wem die Helferfunktion überantwortet wird, eine große Bedeutung zu.

Abbildung 1: Schema des politischen Interessendreiecks



Quelle: von Prittwitz 1990

3 Forschungsdesign

3.1 Material

Die Grundlage der Untersuchung bilden Artikel aus drei überregionalen deutschen Tageszeitungen (*Die Welt*, *Frankfurter Rundschau*, *Süddeutsche Zeitung*), einem überregionalen Wochenmagazin (*Der Spiegel*) und drei Fachzeitschriften aus der Lebensmittel- bzw. Fleischbranche (*Die Lebensmittelzeitung*, *Allgemeine Fleischerzeitung*, *Fleischwirtschaft*; s. Tabelle 1).

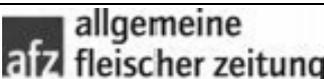
Die Welt, *Frankfurter Rundschau*, *Süddeutsche Zeitung* und *Spiegel* können als „Elitemedien“ (Kleinschmit/Feindt 2004) bezeichnet werden. Neben dem üblichen Publikum werden sie auch von anderen Medien und Journalisten wahrgenommen (Kepplinger 1994) und strahlen damit auf eine erweiterte Massenmedienarena ab (Gerhards et al. 1998). Darüber hinaus werden sie von politischen Entscheidungsträgern rezipiert, weshalb ihnen eine zentrale Stellung im politischen Prozess zugesprochen wird (Herzog et al. 1990; Wilke 1999; Wittkämper et al. 1992).

Die Lebensmittelzeitung, *Allgemeine Fleischerzeitung* und *Fleischwirtschaft* sind die auflagenstärksten Fachzeitschriften in der Lebensmittel- bzw. Fleischbranche. Sie wurden in die Untersuchung einbezogen, um die spezifische Medienöffentlichkeit der Branche zu analysie-

ren. In Tabelle 1 werden die Charakteristika, die Erscheinungsweise und die Verkaufszahlen der für die Untersuchung ausgewählten Zeitungen noch einmal dargestellt.

Die Artikel der Zeitungen sind im Internetarchiv mit Volltextsuche abrufbar. Insgesamt wurden im Untersuchungszeitraum vom 01.04.2005 bis 31.03.2006 in den Zeitungen 394 Artikel veröffentlicht, die mindestens einen der Suchbegriffe „Gammelfleisch“, „Fleischskandal“ oder „Ekelfleisch“ enthalten. Bei der Analyse wurden jedoch nur jene 347 Artikel berücksichtigt, in denen in mindestens einem Absatz das Thema Gammelfleisch Erwähnung findet. Nach Zeitungen aufgeschlüsselt wurden in der *Allgemeinen Fleischerzeitung* 25,1 %, in der *Welt* 21,9 %, in der *Frankfurter Rundschau* 21,0 %, in der *Süddeutschen Zeitung* 15,0 %, in der *Lebensmittelzeitung* 14,1 %, im *Spiegel* 1,7 % und in der *Fleischwirtschaft* 1,2 % aller Artikel veröffentlicht. Somit stammen 59,7 % der Publikationen aus überregionalen Printmedien und 40,3 % aus branchenspezifischen Fachzeitschriften.

Tabelle 1: Charakterisierung der ausgewählten Zeitungen

Name	Charakteristika	Erscheinungsweise und Verkaufszahlen 2007	Ausgewertete Artikel
	Qualitätspresse	Täglich, Verbreitung: 695.778 Exemplare	76 Artikel (21,9 %)
	Qualitätspresse, 66 % der Verkäufe in Hessen (1997)	Täglich, Verbreitung: 167.416 Exemplare	73 Artikel (21,0 %)
	Qualitätspresse, 75 % der Verkäufe in Bayern (1997)	Täglich, Verbreitung: 460.321 Exemplare	52 Artikel (15,0 %)
	Qualitätspresse	Wöchentlich, Verbreitung: 1.083.342 Exemplare	6 Artikel (1,7%)
	Fachpresse, Fach- und Wirtschaftszeitung für die Konsumgüterbranche	Wöchentlich, Verbreitung: 40.626 Exemplare	49 Artikel (14,1 %)
	Fachpresse, Organ des Deutschen Fleischer-Verbandes	Wöchentlich, Verbreitung: 11.545 Exemplare	87 Artikel (25,1 %)
	Fachpresse, Organ des Bundesverbandes der Deutschen Fleischwarenindustrie	Monatlich, Verbreitung: 6.092 Exemplare	4 Artikel (1,2 %)

Quelle: Kepplinger 1998: 42- 46; Wilke 1999: 310- 321; IVW 2008

3.2 Methode

In dieser Arbeit kommt eine quantitative Inhaltsanalyse zum Einsatz, da diese verlässliche und quantifizierende Aussagen über große Textmengen, die für die Massenmedien typisch sind, erlaubt (Bonfadelli 2002). Neben formalen Kategorien (z. B. Erscheinungsdatum und Autor) wird ein Kategoriensystem zugrunde gelegt, das in verschiedene Kategoriengruppen

unterteilt ist. Aus dem theoretischen Rahmen (siehe Kapitel 2) wurden die Kategorien „Sprecher“, sowie auf Grund des politischen Interessendreiecks „Verursacher“, „Betroffene“ und „Helfer“ entwickelt. Die möglichen Merkmalsausprägungen dieser Kategorien sind nach Gruppen unterteilt, so dass je Interessensposition verschiedene Merkmalsausprägungen vorgegeben sind. Die Unterteilung nach Gruppen ermöglicht eine Trennung von Akteuren aus dem politisch-administrativen System (wie z. B. nationale Regierungen und Verwaltungen) und von privaten und zivilgesellschaftlichen Akteuren (wie z. B. verschiedene Verbände, Wirtschafts- und Einzelakteure). Weiterhin enthält das Katgeoriensystem die Kategorie „Problemlösungen“. Diese Kategorie umfasst Variablen, die die Bandbreite der vorgeschlagenen Instrumente zur Sicherung der Lebensmittelqualität widerspiegelt.

Jeder Artikel zu den Skandalen wurde in einzelne Aussagen aufgegliedert, die die Grundlage für die Auswertung bilden. Dabei handelt es sich um spezifische, im Artikeltext als von Bedeutung identifizierte Äußerungen von Akteuren bzw. Sprechern, die im Artikel zu Wort kommen und sich auf die „Gammelfleischskandale“ beziehen (Gerhards et al. 1998). Damit können in einem Artikel mehrere Aussagen erfasst werden. Der Akteur, der die Aussagen trifft, kann sowohl in direkter als auch in indirekter Rede zu Wort kommen. Zu beachten ist, dass auch die Medien selbst als Sprecher auftreten können.

4 Ergebnisse der Inhaltsanalyse

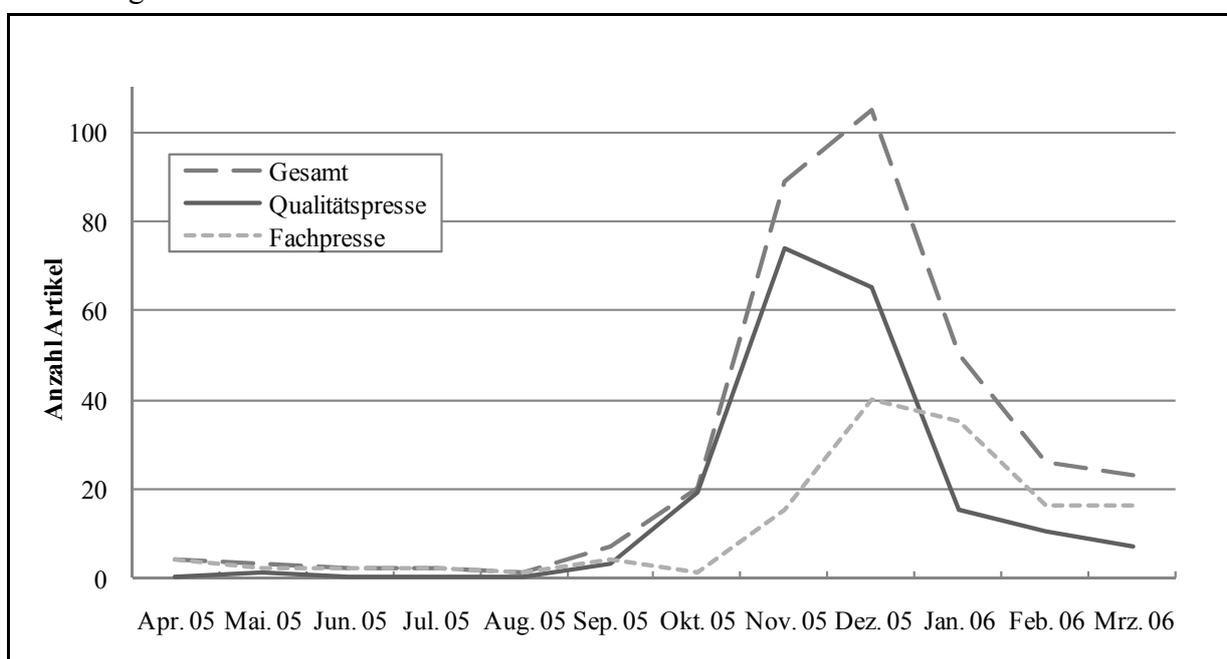
4.1 Formale Merkmale der Berichterstattung

Die Themenkarriere der „Gammelfleischskandale“ folgt in ihrem Spannungsbogen dem idealtypischen Verlauf (s. Abbildung 2) einer Themenkarriere (Russ-Mohl 1981). Die Initialphase bilden die Fälle von umetikettiertem Fleisch in verschiedenen Real-Supermärkten Anfang April 2005. Mit dem Bekanntwerden der Verarbeitung von Schlachtabfällen im September desselben Jahres tritt das Thema Gammelfleisch in die Aufschwungphase ein. In dieser Zeit wird die Berichterstattung zum politischen Topthema, welches andere Themen in ihrer Bedeutung zurückstuft. Darüber hinaus kommt es in dieser Periode einer Themenkarriere häufig zu einer Dramatisierung der Darstellung.

Im Januar 2006 halbiert sich das Medieninteresse dann um fast 50 %. Die Massenmedien haben das Interesse am Fleischskandal verloren (Abschwungphase) und neu auftretende Ereignis-

nisse schaffen es kaum noch in die Berichterstattung. Ein Großteil der in diesem Zeitraum veröffentlichten Artikel beschäftigt sich mit der Lösung des Problems. Die Ursache dafür ist unter anderem darin zu sehen, dass die Fachzeitschriften langsamer auf das tagesaktuelle Geschehen reagieren. Sie sind nicht so stark auf die Aktualität der Berichterstattung angewiesen, da sie vornehmlich von einem Fachpublikum rezipiert werden, das auch auf längere Sicht Interesse an den jeweiligen Themen hat. In diesen Presseorganen ist die Diskussion über die Lösung der Probleme häufig Teil der Berichterstattung.

Abbildung 2: Themenkarriere von "Gammelfleisch"



4.2 Sprecher, Opfer und Verursacher

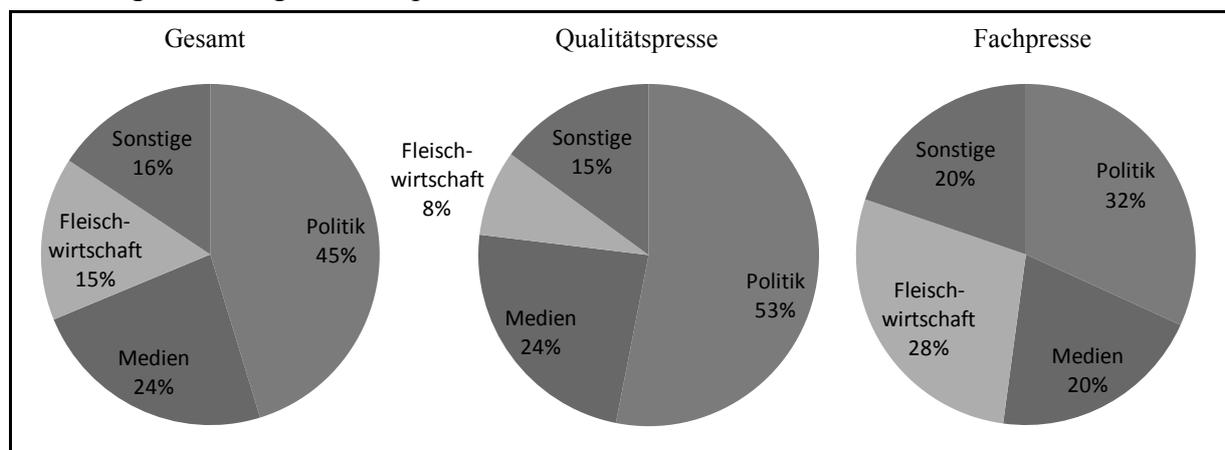
Der Sprecher hat die Möglichkeit, das Thema mit seinen Deutungsmustern zu rahmen. Dieses framing beinhaltet häufig die Zuschreibung von Opfer-, Täter- und Helferrollen zu bestimmten Akteuren. Durch die Deutungshoheit hat der Sprecher die Möglichkeit, die öffentliche Debatte in seinem Sinne zu prägen.

In den sieben untersuchten Zeitungen wurden insgesamt 740 Aussagen zum Skandal getroffen. Dabei entfallen 45,2 % der Aussagen auf politisch-administrative Akteure, 23,5 % auf die Medien (Journalisten) direkt, 15,5 % auf die Fleischwirtschaft und ihre Verbände und 15,7 % auf sonstige Akteure (vgl. Abbildung 3). In 25,8 % aller Fälle äußern sich die Bundesregierung bzw. Landesregierungen zu dem Thema, zu denen Minister, Staatssekretäre auf beiden

Ebenen und der Bundesrat zählen. Ein Viertel des Gesamtdiskurses und mehr als die Hälfte der Beteiligungen aus dem politisch-administrativen Bereich wird von den Spitzen der Exekutive bestimmt, während die anderen politischen Akteure (wie z. B. die Opposition, die EU-Organe und die Verwaltungen) eine untergeordnete Rolle spielen. Gleichzeitig dominieren die politischen Akteure vor allem den Diskurs in der Qualitätspresse.

Am zweitstärksten sind die eigenen Journalisten der Zeitungen mit 19,6 % als Problemdefinierer vertreten (s. Abbildung 4). Sehr selten (3,0 %) werden Journalisten aus anderen Zeitungen zitiert. Die bedeutende Rolle der Journalisten resultiert nicht nur aus der Darstellung in Kommentaren und Reportagen, sondern auch aus Überleitungen zwischen einzelnen Textpassagen und abschließenden Aussagen. Der hohe Anteil der Journalisten als Sprecher deckt sich mit den Ergebnissen anderer Medienanalysen (Kleinschmit/Feindt 2004; Kleinschmit et al. 2007).

Abbildung 3: Häufigkeit der Sprecher



Von allen weiteren Gruppen, die sich zu Wort melden, entfallen 6,6 % auf Verbände der Fleischbranche und 6,5 % auf Unternehmen der Fleischwirtschaft, wie z. B. Fleischverarbeiter oder Fleischerfachhandel. Insgesamt beteiligt sich die Fleischbranche mit 15,5 % intensiv am Diskurs der nicht-politischen Akteure. Dieser Anteil begründet sich aber vor allem aus der Fachpresse, die der Fleischbranche mit 28,1 % die Rolle des Sprechers zukommen lässt. In der Qualitätspresse sind Unternehmen und Verbände kaum vertreten.

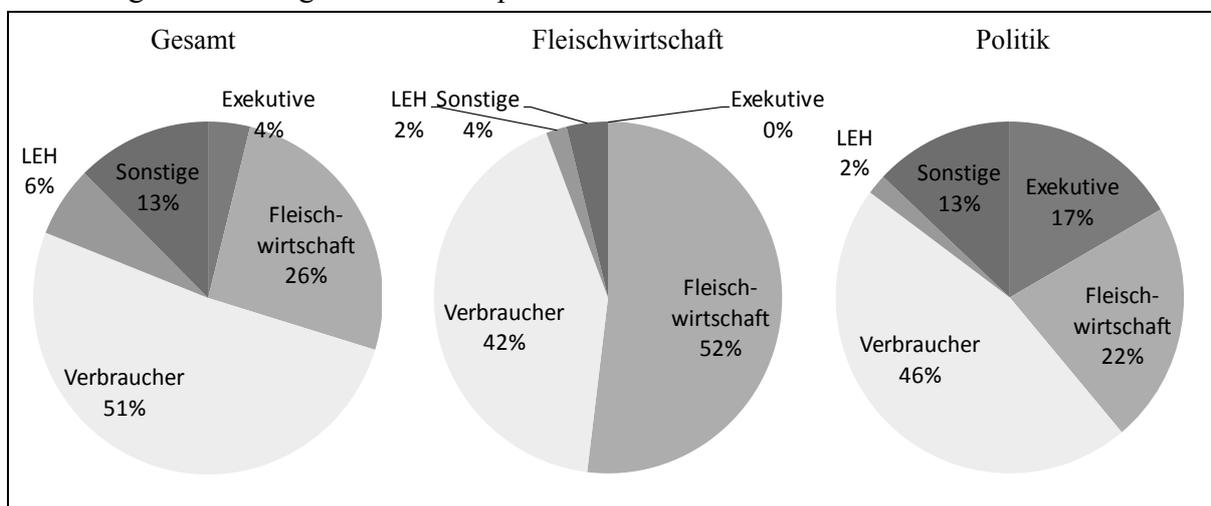
Insgesamt dominieren Sprecher der Politik und Journalisten die Berichterstattung. Besonders die Spitzen der Exekutive können ihre Positionen nutzen, um ihre Problemdefinitionen und

eventuelle Lösungsansätze darzustellen. Dagegen bezieht die direkt betroffene Fleischbranche eher in der Fachpresse Stellung. Die Qualitätspresse bietet vor allem der Politik eine Plattform, um das Problem zu definieren, während die Fachpresse eher private und wirtschaftliche Akteure in den Diskurs mit einbezieht.

In der Regel führen Ereignisse wie Skandale oder politische Probleme nur dann zu einer Mobilisierung der Öffentlichkeit, wenn diese mit den genannten Opfern sympathisiert oder sich mit dem Opfer identifizieren kann (Kleinschmit/Feindt 2004). Die Rolle des Opfers ist für diesen Diskurs jedoch von untergeordneter Bedeutung bzw. so offensichtlich, dass in 63,3 % aller Aussagen (450) kein Opfer genannt wird, da zu einem überwiegenden Teil die Konsumenten bzw. die Gesellschaft (48,3 %) selbst als Opfer gesehen wird (vgl. Abbildung 4).

Die Medien stellen in fast der Hälfte der Fälle, in denen Opfer benannt werden, Verbraucher als solche dar, um Identifikation des Publikums zu erreichen (ebenda: 96). Dies wird auch über alle Sprechergruppen relativ gleich thematisiert.

Abbildung 4: Nennung der Problemopfer



Die beiden größten Sprechergruppen der Regierung und der Fleischwirtschaft unterscheiden sich jedoch auch in ihren Opfernennungen. Auffällig ist, dass die Fleischwirtschaft im Gegensatz zu anderen Gruppen, besonders zur Regierung (22,2 %), sich selbst mit 51,9 % als Opfer benennt. Sie fokussieren hierbei stärker auf ihren eigenen Schaden als auf den der Verbraucher, die mit 42,3 % der Nennungen erst an zweiter Stelle kommen. Die Politik bezeichnet

dagegen überproportional oft die Exekutive (16,7 %) als Opfer, die durch sie im öffentlichen Diskurs repräsentiert wird.

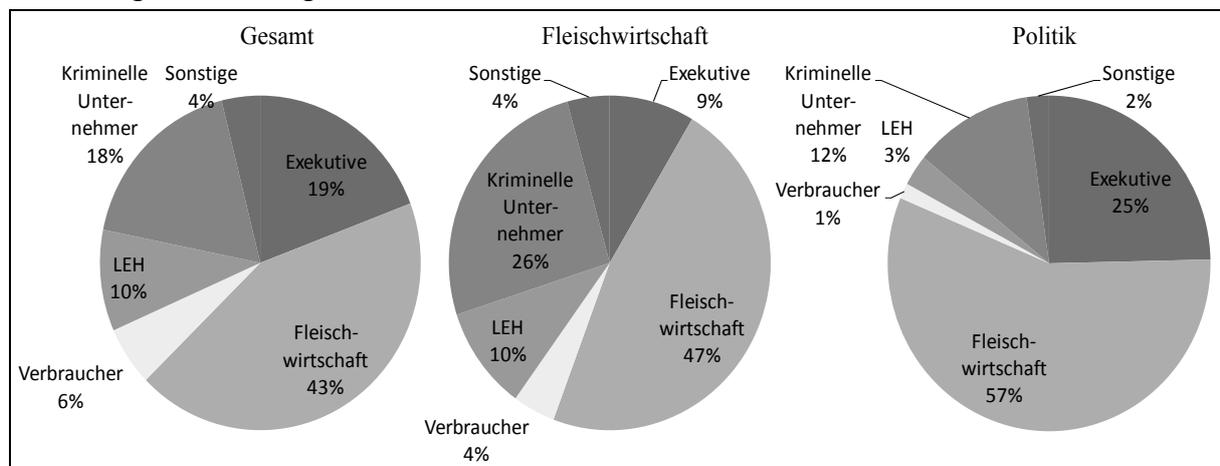
Den Verbrauchern als Wählerschaft und Lesern der Qualitätspresse kommt somit die größte Bedeutung als Opfer der „Gammelfleischskandale“ zu, obwohl die Sprecher in gewisser Weise interessensspezifische Gewichtungen in ihren Nennungen haben.

Eine Medienmobilisierung ist wahrscheinlich, wenn es gelingt dem Verursacher schuldhaftes Handeln oder Absicht nachzuweisen (Bodenstein/Spiller 1998). Diese Voraussetzungen waren zuerst durch den Nachweis von größeren Mengen Gammelfleisch und später durch die Ermittlung der Schuldigen durch die Behörden gegeben. Im Rahmen der „Gammelfleischskandale“ wird nur in 37,7 % aller Fälle kein Verursacher genannt und somit das Thema der Schuld stärker in der Berichterstattung thematisiert als das des Opfers (63,3 % Nichtnennung).

Die Schuld für den Skandal wird in erster Linie mit 43,4 % der Nennungen bei der Fleischwirtschaft und zu 17,9 % bei den kriminellen Unternehmern gesucht (vgl. Abbildung 5). Hierbei unterscheiden sich die Fach- und die Qualitätsmedien kaum. Dadurch wird deutlich, dass die Fachpresse zwar der Fleischbranche mehr Raum als Problemdefinierer bietet und sie eher als Opfer darstellt, aber auch in der Fachpresse wird sie als Verursacher in die Pflicht genommen. Dies liegt natürlich unter anderem daran, dass die Sprecher aus der Fleischwirtschaft Betriebe und Prozessstufen benennen und so auch von ihnen die Fleischwirtschaft mit 47,1 % als Verursacher benannt wird. Sie legen aber auch großen Wert darauf, dass kriminelle Akteure aktiv sind, was zu 25,7 % der Nennung führt.

Die politischen Akteure sehen die Fleischwirtschaft in einem sehr hohen Maße als die Verantwortlichen (56,6 %) und betonen weit weniger die kriminellen Einzelaspekte der Skandale (11,9 %). Sie sind sehr stark auf ihren eigenen Komplex fokussiert, da von ihnen die Exekutive zu 24,6 % als Verursacher benannt wird. Auch dem Verbraucher wird von einigen Problemdefinierern eine Schuld zugewiesen, wobei diese Position vor allem in der Fachpresse veröffentlicht wird, während sie von der Regierung und in der Qualitätspresse kaum thematisiert wird. Der „Gammelfleischskandal“ wird somit von einem Großteil der Sprecher als Problem der Fleischbranche und ihrer Kettenglieder gesehen, wobei sich auch hier interessensspezifische Unterschiede zeigen.

Abbildung 5: Nennung der Problemverursacher



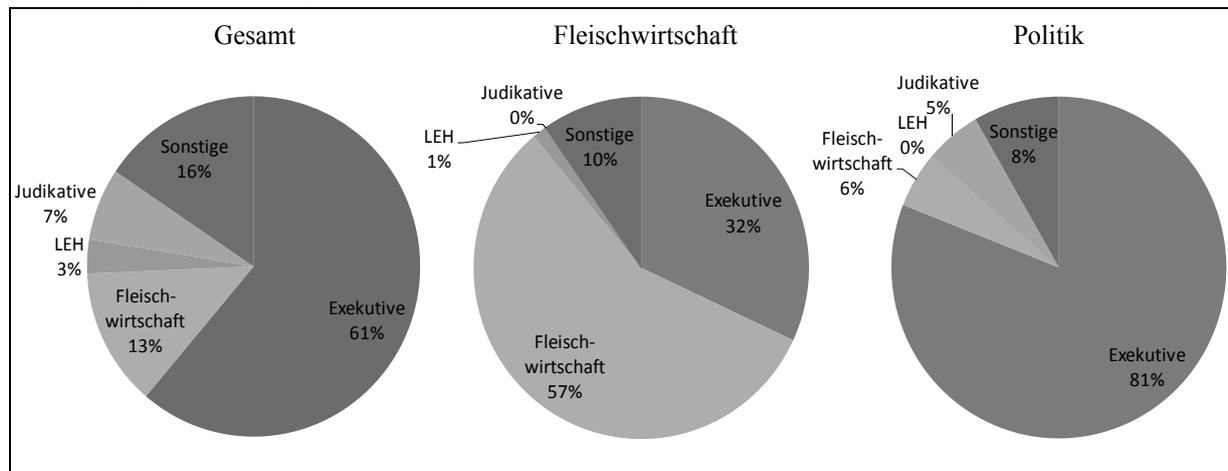
4.3 Problemhelfer und Instrumente der Problemlösung

Im letzten Kapitel wurden die verschiedenen Sprecher und die von ihnen benannten Problemopfer und -verursacher dargestellt. Im Gegensatz dazu bietet die Rolle des Problemhelfers Vorteile, da diesen politische Gestaltungsmacht und ausreichende Ressourcen unterstellt werden, was gleichzeitig moralisch vorteilhaft ist (vgl. Kapitel 3).

In 72,7 % aller Fälle wird ein Problemlöser genannt. Damit finden die Problemlöser häufiger Benennung als die Opfer und Täter. Das zeigt die dringende Forderung der Medien nach einer kompetenten Akteursgruppe, die sich des Problems annimmt. An erster Stelle steht mit insgesamt 61,2 % die Exekutive, v. a. die Bundesregierung (vgl. Abbildung 6), die in 17,7 % der Fälle als Problemlöser benannt wird. Aber auch andere staatliche Organe wie Lebensmittelkontrolleure (9,3 %) oder die Judikative (6,8 %) werden als Helfer benannt, um zukünftig den Handel mit Gammelfleisch zu verhindern.

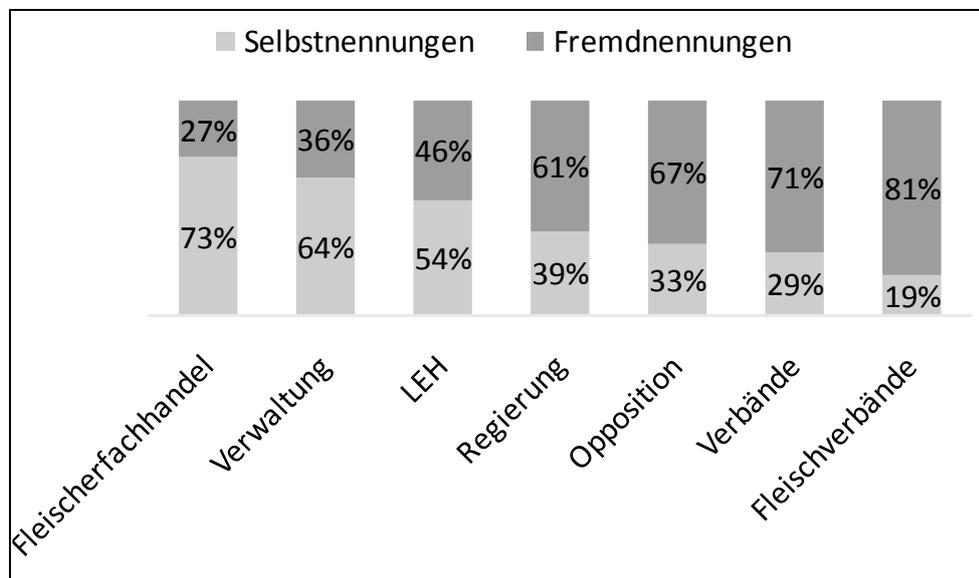
Die einzige nicht-staatliche Gruppe, die vielfach benannt wird, ist die Fleischwirtschaft mit 13,1 %, wobei die Hälfte dieser Nennungen alleine auf den Fleischerfachhandel (7,4 %) entfällt, wie Metzger, Fleischerfachgeschäfte oder Landschlachter. Er wird jedoch fast ausschließlich von den sonstigen Sprechern in der Helferfunktion gesehen. Dagegen wird den Akteuren, die als Opfer oder als Verursacher benannt wurden, selten die Rolle des Problemlösers (Verbraucher 1,7 % und sonstige Fleischwirtschaft 5,7 %) zugewiesen. An letzter Stelle stehen die Akteure aus der privaten Wirtschaft mit ihren Qualitätssicherungssystemen (z. B. QS Qualität und Sicherheit oder GLOBALGAP). Sie können sich im öffentlichen Diskurs nicht als Problemlöser positionieren.

Abbildung 6: Nennungen als Problemlöser



Die Konstellation der Problemhelfer wird dadurch geprägt, dass die Akteure sich zu unterschiedlich hohen Anteilen selber als Helfer benennen. Der Fleischerfachhandel sieht sich selbst besonders in der Verantwortung das Problem in die Hand zu nehmen, da von 15 Nennungen als Helfer 73,3 % vom Fachhandel selbst gemacht wurden (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Selbstnennungen als Helfer



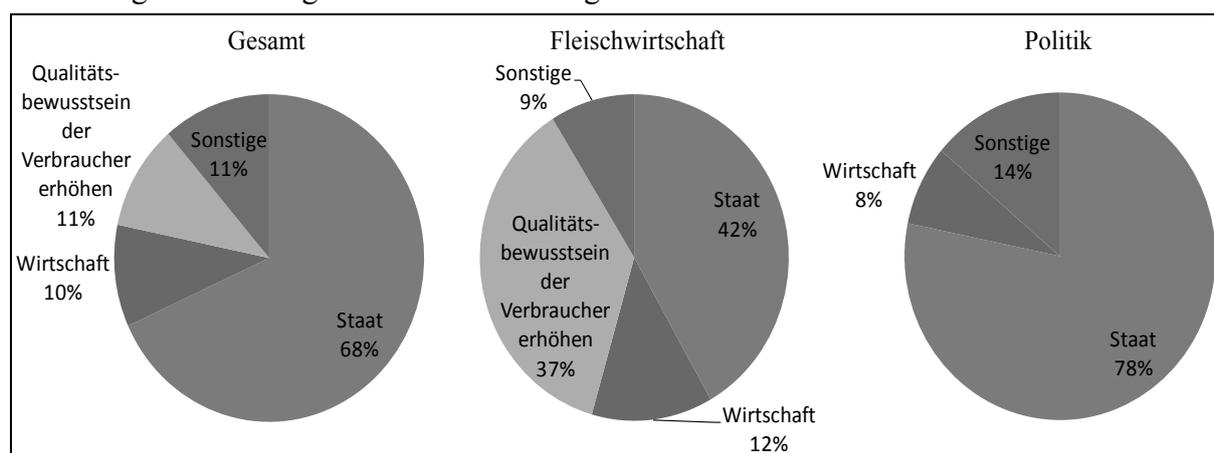
Die Regierung, die ebenso häufig Helfer benennt wie sie selbst als Helfer genannt wird, kommt auf eine Eigennennungsquote von 39,3 %. Weiterhin haben die Verwaltung und der LEH einen hohen Grad an Selbstnennungen. Zwischen den unterschiedlichen Verbänden bestehen starke Abweichungen in der Nutzung ihrer Sprecherfunktion. Die Verbände der

Fleischbranche betonen ihre mögliche Problemlösungsrolle kaum, was auf eine schwache institutionelle Position hindeutet.

Zusammenfassend fällt auf, dass die Hauptproblemlöser sich oft selbst nennen und sich Kompetenzen in der Gammelfleischaffäre beimessen. Sie nutzen ihre Deutungshoheit und schreiben sich selbst Problemlösungskompetenz zu. Im Vordergrund steht die öffentliche Hand.

In 79,8 % der Fälle wird ein Instrument zur Problemlösung angeboten, was zeigt, dass die Sprecher es als sehr wichtig ansehen, ihre Rolle zu nutzen, um die zu diskutierenden Lösungen zu beeinflussen (s. Abbildung 8). Dazu zählen die beiden meistgenannten Maßnahmen der Verbesserung der staatlichen Kontrollen (15,4 %) und die Verabschiedung eines neuen Verbraucherinformationsgesetzes (14,9 %). Diese Anforderungen werden auch durch die Forderung nach einer Verbesserung des Informationsflusses (9,3 %) und neuen Regelungen zum Umgang mit Schlachtabfällen gestützt (7,8 %). All diese Maßnahmen sind konkrete staatliche Instrumente, die jedoch teilweise sehr allgemein gefasst sind (z. B. werden einfach nur stärkere Kontrollen gefordert). Insgesamt stützt gerade die Regierung Problemlösungsvorschläge im staatlichen Aufgabengebiet, 78,3 % der Vorschläge fallen in diesen Bereich, während die Fleischwirtschaft nur zu 41,8 % Problemlösungen aus dem staatlichen Aufgabengebiet benennt.

Abbildung 8: Nennungen der Problemlösungen



Problemlösungen, die von der Wirtschaft getragen werden, haben insgesamt jedoch einen geringeren Anteil an den Lösungen als die staatlichen (10,0 %), wobei privatwirtschaftliche Lösungen von der Fleischwirtschaft kaum stärker unterstützt werden als von der Politik. Die

Wirtschaft soll vor allem durch eine verbesserte Eigenkontrolle mehr Verantwortung übernehmen (8,8 %).

Die Sprecher der Fleischwirtschaft sehen es weiterhin als wichtig an, dass die Verbraucher ihr Qualitätsbewusstsein erhöhen, um der Fleischwirtschaft Anreize zur Qualitätsproduktion zu bieten. Die Regierung beschränkt sich in ihren Aussagen vornehmlich auf ihr eigenes Aufgabenfeld.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass eine Verbesserung der Kontrollen und mehr Markttransparenz gefordert werden. In der Hauptverantwortung steht eindeutig die Exekutive, nicht aber die Fleischwirtschaft. Im anschließenden Kapitel werden die vorgestellten Ergebnisse noch einmal umfassend diskutiert.

5 Diskussion

Die im letzten Kapitel vorgestellten Ergebnisse sind vor dem Hintergrund zu sehen, dass politische Entscheidungsträger die Medienberichterstattung als Barometer für den Willen der Bevölkerung nutzen (Gerhards 1995). Der politische Gestaltungsprozess wird daher nicht unerheblich durch die diskutierten Varianten beeinflusst.

Eines der wichtigsten Ergebnisse der Medienanalyse für die „Gammelfleischskandale“ 2005/06 ist, dass die Politik den Mediendiskurs als Sprecher dominiert. In der für die Meinung der Öffentlichkeit besonders wichtigen Qualitätspresse sind sie mit 53,1 % der Sprechakte in der Lage, ihre Deutungsmuster darzustellen. Diese Möglichkeit nutzen sie, um die Opferrolle der Exekutive zu betonen und diese mit über 80 % doppelt so oft als Helfer ins Spiel zu bringen als dies bei anderen Sprechern der Fall ist. Außerdem fokussieren sie noch stärker als andere Akteursgruppen (78,3 % zu 68,1 %) auf staatliche Lösungsvorschläge. Die Politik ist somit in der Lage, ihren hohen Anteil am Diskurs dazu zu nutzen, sich selbst in ein gutes Licht zu rücken, da sie es schafft die positiven Aspekte der Helfer- aber auch der Opferposition für sich in Anspruch zu nehmen. Die Politik zeichnet somit ein Bild, in dem sie als Akteur die Kompetenz zur Problemlösung hat und mit dem entsprechenden Instrumentarium dafür ausgerüstet ist.

Zum einen nutzen die politischen Entscheidungsträger ihre Deutungsmacht, um sich in einem positiven Licht darzustellen. Dieses ist ein übliches Vorgehen aus Sicht der Öffentlichkeitsarbeit. Die Politik wirbt damit um die Gunst der Wähler, um dadurch entweder die Macht beizubehalten oder sie zu erlangen. Zum anderen kann die Betonung der staatlichen Lösungen und Lösungsinstrumente auch ein Zeichen für den Machterhalt in Abgrenzung zu anderen, privatwirtschaftlichen Lösungen in diesem Bereich sein. Eindeutig ist in jedem Fall, dass die Situation als dominierender Sprecher die Politik in die Lage versetzt, ihre Deutungen einem Massenpublikum darzulegen. Die Akteure der Politik haben diese gute Position sowohl ihrem Status als Regierende als auch vorhandenen Ressourcen zu verdanken. Andere Akteure haben dagegen wenige Chancen ihre, möglicherweise abweichenden, Lösungsvorschläge mit Nachdruck zu präsentieren. Davon ausgehend, dass die Berichterstattung einen Effekt auf politische Entscheidungen hat, kann ein sich selbst verstärkender Prozess entstehen: Die Politik vertritt ihre Deutungsmuster in den Medien, diese Darstellungen werden wiederum von der Politik als positive Rückmeldung für Entscheidungen rezipiert. Folgt man den Annahmen der Schweigespirale (Noelle-Neumann 1982) könnte eine dominante Problemsicht in den Medien sogar dazu führen, dass sich andere Akteure diesem Deutungsmuster aus „Isolationsfurcht“ anschließen. Da kaum andere Meinungen öffentlich diskutiert werden, vertreten viele ihre abweichende Meinung nicht mehr, da sie das Gefühl haben einer Minderheit anzugehören. So können auch Meinungen, die nur von Minderheiten vertreten werden, zur dominierenden öffentlichen Meinung avancieren.

Den Medien fällt in diesem Diskurs im doppelten Sinne eine Mittlerrolle zu. Einerseits bilden die Medien das Bindeglied zwischen der Öffentlichkeit und den Akteuren und andererseits liegen Nennungen der Journalisten meist im Mittel der Gesamtnennungen. Als Gatekeeper und Multiplikator von Nachrichten haben die Medien eine besondere Bedeutung für die moderne Gesellschaft. Sie versorgen die breite Öffentlichkeit mit Nachrichten und bieten eine Arena für alle gesellschaftlichen Akteure. In einem Punkt zeigt sich jedoch, dass die Medien „kundenorientiert“ berichten. Die Qualitätspresse sieht in fast 60 % der Fälle den Verbraucher als Opfer, während in der Fachpresse in 40 % der Fälle die Fleischwirtschaft benannt wird. Die allgemeine Presse interessiert sich somit kaum für die Folgen in der Fleischbranche (16 %) und die branchenspezifische Presse sieht den Verbraucher nur als zweitrangiges Opfer (33 %). Vergleichbar dazu wird auch über Helfer und Lösungen berichtet, wobei die hohe

Bedeutung des Verbrauchers im allgemeinen Diskurs durch die Politik als gewählte Vertretung ersetzt wird. In der Qualitätspresse wird mehr über die Helferfunktion der Politik und staatliche Lösungen berichtet als dies in der Fachpresse geschieht.

Der Verbraucher, der auch gleichzeitig Leser und Wähler ist, steht mit allen drei großen Sprechergruppen (Staat, Wirtschaft, Medien) in Beziehung und dadurch in marktlichen oder politischen Austauschverhältnissen. Gleichwohl sind die Verbraucher bis auf ihre hohe Bedeutung als Opfer kaum von Relevanz für die Struktur des Diskurses. Nur am Rande wird ein höheres Qualitätsbewusstsein gefordert, was in Verbindung steht mit den geringen Benennungen als Verursacher. Für die Problemlösung macht sich jedoch die durch die Konsumenten legitimierte Politik stark, wovon diese unter anderem durch die von ihnen gelesenen Zeitungen erfahren.

Unter den ökonomischen Akteuren ist der Fleischereifachhandel der einzige, der positiv aus dem Diskurs hervorgegangen ist. Er wird in über 7 % der Fälle als Helfer benannt, wobei er sich dabei sehr stark selbst ins Spiel bringt und sich so als Alternative zur negativ behafteten „Fleischindustrie“ präsentiert. Die Fleischwirtschaft im Allgemeinen sowie deren einzelne Kettenglieder (Schlachtunternehmen, Verarbeiter, Fleischhandel und Kühlhäuser) stehen als Schuldige im Fokus. Dabei berichten sowohl die Fach- als auch die Qualitätspresse ähnlich häufig über die Verursacher aus der Fleischwirtschaft. In der Fachpresse wird die Branche jedoch zusätzlich auch als Opfer der Skandale dargestellt und ihr werden gewisse Kompetenzen als Löser zugeschrieben. Sie ist in der Fachpresse somit nicht nur der Sündenbock für die Gefährdung des Verbrauchers, sondern leidet selbst unter dem Skandal und ist möglicherweise auch in der Lage, über verbesserte Eigenkontrolle den Handel und die Verarbeitung von „Gammel- und Ekelfleisch“ in den Griff zu bekommen. Die Verbände der Fleischwirtschaft, die in Skandalsituationen für ihre Mitglieder Flagge zeigen müssten, um auch in der Qualitätspresse die Situation der Branche darzustellen, treten in diesen Medien nur selten als Sprecher auf. Aus diesem Grund hat der Diskurs in den beiden Medientypen zu abweichenden Verläufen geführt. Die Verbände der Fleischwirtschaft nutzen weiterhin im Vergleich zu anderen Akteuren kaum die Möglichkeiten, sich selbst als Löser zu nennen und unterstützen nicht die eigenen Qualitätssicherungssysteme (z. B. QS Qualität und Sicherheit), die wohl gerade dadurch als Problemlösungsinstrumente in der öffentlichen Diskussion bedeutungslos sind.

Die Lösung des Problems wird im Diskurs eindeutig der Politik zugesprochen, wobei es sich hier größtenteils um die Bundes- und Landesregierungen handelt. Dabei werden hauptsächlich eine stärkere Lebensmittelkontrolle und ein neues Verbraucherinformationsgesetz gefordert. Diese Forderungen wurden von der Politik teilweise schon sehr früh aufgegriffen und umgesetzt. Im November 2005 wurde als Konsequenz aus den Fleischskandalen vom BMELV ein 10-Punkte-Sofortprogramm beschlossen. Zwar beinhalten die Maßnahmen auch eine Eigenkontrollverpflichtung der Wirtschaft, die meisten Punkte beziehen sich jedoch auf eine verbesserte staatliche Lebensmittelkontrolle, z. B. eine stärkere Überprüfung des Fleischhandels, eine bessere Rückverfolgbarkeit von kritischem Material oder eine intensivere Zusammenarbeit der einzelnen Behörden. Darüber hinaus wurde auch ein höherer Straffrahmen gefordert (BMELV 2005). Insgesamt können die vorgeschlagenen Maßnahmen der staatlichen Ordnungspolitik (harten Instrumenten) zugeordnet werden, da sich die Änderungen auf das Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch sowie anderer Vorschriften beziehen (BMELV 2007, 2008).

Des Weiteren wurde am 22. September 2006 ein neues Verbraucherinformationsgesetz verabschiedet. Die zuständigen Stellen sollen nun grundsätzlich verpflichtet sein, bei wichtigen Fällen, wie z. B. Gesundheitsgefahren oder Rechtsverstößen, die Öffentlichkeit unter Nennung des Unternehmens und des Produktnamens zu informieren. Rechtsverstöße dürfen kein Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis mehr sein.

Insgesamt ist damit festzuhalten, dass die „Gammelfleischskandale“ zu einem Ausbau der Regelungsdichte in der Lebensmittelwirtschaft geführt haben und dementsprechend der EU-Strategie zur privatwirtschaftlichen Primärverantwortung entgegenwirken. Die hohen Sprecheranteile der politischen Akteure sorgen bei allen Rollenzuweisungen dafür, dass die Interessen der Politik gewahrt bleiben. Sie definieren den Verbraucher als Opfer, dessen klar gewählte Vertreter sie sind. Daraus leitet sich die Problemlösungsfunktion der Politik ab, die sie mit eigenen Instrumenten wahrnehmen will. Das Thema wird als politische Kampagne genutzt, um die Wähler davon zu überzeugen, dass die Regierenden in der Lage sind ihre Interessen zu vertreten bzw. aus Sicht der Opposition nicht zu vertreten.

Die Fleischwirtschaft ist dagegen nicht in der Lage in den medialen Prozessen entsprechend gegenzusteuern. Entweder war der Wille bei den entscheidenden Sprechern der Branche nicht

da oder der Grad des Misstrauens von Seite der Medien war zu hoch, um bedeutende Sprechanteile zuzulassen. Diese Frage ist aufgrund der Datenbasis jedoch nicht zu beantworten. Festzustellen ist auf jeden Fall, dass die Fleischwirtschaft mit ihren niedrigen Sprechanteilen wenig Einfluss auf die Rollenverteilung in der Berichterstattung hat. So ist die sachlogische richtige Fokussierung auf die stark kriminellen Elemente bei den Verursachern und die Bedeutung der Opferrolle als von einzelnen in Misskredit gebrachte Gesamtbranche für den Gesamtdiskurs kaum von Bedeutung.

6 Schlussbemerkungen

Die vorliegende Untersuchung analysiert die Diskursdominanz der politischen Akteure. Diese Dominanz führt im Zeitverlauf 2005/06 dazu, dass staatliche Maßnahmen umgesetzt werden, die medienwirksam als Verbraucherinformationsgesetz oder 10-Punkte-Plan, sowohl in der Vorbereitung wie auch mit Inkrafttreten, Handlungskompetenz zeigen sollen. Dies ist besonders gegenüber dem Wähler wichtig, der regelmäßig über die Medien auf dem Laufenden bleibt, was in der Folge die Ergebnisse in Wählerumfragen verbessert. Die Politik zieht den Diskurs über hohe Sprechanteile und als „klassischer“ Beschützer an sich und nutzt ihn für ihre eigenen Wahlkampfzwecke.

Dies geht einher mit einer untergeordneten Rolle der Wirtschaft im Diskurs, die nicht annähernd so viele Sprechanteile wie die Politik erreicht. Ob die Gründe hierfür in fehlenden Kommunikationsanstrengungen oder in der Selektion der Medien zu suchen sind, lässt sich anhand des Datenmaterials nicht feststellen. Ein einfacher Blick auf die Homepages der einschlägigen größeren Unternehmen und der Verbände spricht aber für eine geringe Kommunikationsintensität. Selbst Großunternehmen, die mehrere Milliarden Euro Umsatz erzielen, verfügen offensichtlich nicht über eine PR-Abteilung. Die ohnehin geringe Reputation der deutschen Fleischwirtschaft (Alvensleben 1997; Bruhn 2008; Albersmeier/Spiller 2009) wird durch die fehlende Deutungsmacht in den Medien ein weiteres Mal in Frage gestellt.

Daraus lässt sich als Handlungsempfehlung für die Fleischbranche neben der weiteren Verbesserung der Qualitätssicherungssysteme eine deutliche Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit der Verbände und Unternehmen ableiten. Die Medienanalyse zeigt, dass der Auf-

bau einer leistungsfähigen PR-Infrastruktur vernachlässigt wurde, so dass im Krisenfall die Politik immer wieder in den Vordergrund rückt.

Die wirtschaftlichen Akteure müssen sich für die Zukunft im Klaren sein, dass ein internes Lobbying, wie es von den Verbänden der Ernährungswirtschaft seit Jahrzehnten erfolgreich betrieben wird, nicht mehr ausreicht. Nur wer im öffentlichen Diskurs seine Vorstellungen zu Problemlösungen und Branchenentwicklungen aktiv einbringen kann, ist in der Lage die Öffentlichkeit und damit auch die Politik von den eigenen Zielen zu überzeugen. Dafür müssen diese so gewählt werden, dass sie mehrheitsfähig sind und für den Einzelnen, meist Fachfremden, nachvollziehbar sind. Sonst werden, wie es im Zuge der Gammelfleischskandale geschehen ist, im Zweifelsfalle Laien aus der Politik die Rahmenbedingungen für die Ernährungswirtschaft schaffen.

Literatur

- Albersmeier, F. und Spiller, A. (2008): Supply Chain Reputation der deutschen Fleischwirtschaft. Diskussionsbeitrag 0811 des Departments für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen. Göttingen.
- Alvensleben, R. v. (1997): Die Verunsicherung der Verbraucher - Entwicklung, Ursachen und Konsequenzen. Betriebswirtschaftliche Mitteilungen der Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein, 11-18.
- BMELV (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz) (2005): Fleischskandal: Das 10-Punkte-Programm des BMELV. In: http://www.bmelv.de/nn_1032706/DE/02-Verbraucherschutz/Lebensmittelsicherheit/10PunkteProgrammFleisch.html__nnn=true. (09.11.2008).
- BMELV (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz) (2007): Kabinett beschließt weitere Maßnahmen gegen den Handel mit Gammelfleisch. In: http://www.bmelv.de/cln_045/nn_751678/DE/02-Verbraucherschutz/Lebensmittelsicherheit/MassnahmenKabinettGammelfleisch241007.html__nnn=true. (09.11.2008).
- BMELV (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz) (2008): Seehofer: Bund schließt Schlupflöcher bei der Lebensmittelüberwachung. In: http://www.bmelv.de/cln_044/nn_751998/DE/12-Presse/Pressemitteilungen/2008/024-SE-LFGB.html. (09.11.2008).
- Bodenstein, G. und Spiller, A. (1998): Marketing: Strategien, Instrumente und Organisation, Landsberg/ Lech, Verlag Moderne Industrie.
- Bonfadelli, H. (2002): Medieninhaltsforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Konstanz, UVK.
- Bruhn, M. (2008): Herausforderungen an die Kommunikationspolitik der Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft. In: Spiller, A. und Schulze, B. (Hrsg.) Zukunftsperspektiven der Fleischwirtschaft: Verbraucher, Märkte, Geschäftsbeziehungen. Göttingen, Universitäts-Verlag Göttingen.
- Christmann, G. B. (1997): Ökologische Moral. Zur kommunikativen Konstruktion und Rekonstruktion umweltschützerischer Moralvorstellungen, Wiesbaden, Dt. Univ.-Verl.
- Dombrowski, I. (1997): Politisches Marketing in den Massenmedien, Wiesbaden, Dt. Univ.-Verl.
- Druckman, J. N. (2004): Political Preference Formation: Competition, Deliberation, and the (Ir)relevance of Framing Effects. *American Political Science Review* 98, 671-686.

- EG (Europäische Gemeinschaft) (Hrsg.) (2002): Verordnung (EG) Nr. 178/2002 des Europäischen Parlamentes und des Rates zur Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts, zur Errichtung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit und zur Festlegung von Verfahren zur Lebensmittelsicherheit, Brüssel.
- Entman, R. M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *The Journal of Communication* 43, 51-58.
- Gerhards, J. (1995): Welchen Einfluß haben die Massenmedien auf die Demokratie in der Bundesrepublik Deutschland? In: Göhler, G. (Hrsg.) *Macht der Öffentlichkeit – Öffentlichkeit der Macht*. Baden-Baden, Nomos Verlag.
- Gerhards, J., Neidhardt, F. und Rucht, D. (1998): *Zwischen Palaver und Diskurs. Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel der deutschen Diskussion zur Abtreibung*, Opladen, Westdeutscher Verlag.
- Herzog, D., Rebenstorf, H., Werner, C. und B., W. E. (1990): *Abgeordnete und Bürger: Ergebnisse einer Befragung der Mitglieder des 11. Deutschen Bundestages und der Bevölkerung*, Opladen, Westdeutscher Verlag.
- IVW (2008): *Werbeträgerdaten - Presseerzeugnisse - Bild Deutschland*. In: <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>. (10.11.08).
- Kepplinger, H. M. (1994): *Publizistische Konflikte. Begriffe, Ansätze, Ergebnisse*. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 1994, 214-233.
- Kepplinger, H. M. (1998): *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*, Freiburg, Alber.
- Kleinschmit, D., Ekayani, I. M., Park, I. M. S. und Real, I. A. (2007): *Globaler medialer Walddiskurs – Beispiel für eine deliberative Öffentlichkeit?* In: Jacob, K., Feindt, P. H. und Busch, P.-O. (Hrsg.) *Politik und Umwelt*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kleinschmit, D. und Feindt, P. H. (2004): *Verursacher, Opfer und Helfer – BSE und Agrarpolitik in deutschen Zeitungen*. *Forschungsjournal Neue soziale Bewegung* 3, 93-98.
- Meyer-Hullmann, K. (1999): *Lebensmittelskandale und Konsumentenreaktionen: Analyse der Auswirkungen von Lebensmittelskandalen unter besonderer Berücksichtigung des Informationsverhaltens: dargestellt am Beispiel BSE*. Frankfurt a. M., P. Lang.
- Noelle-Neumann, E. (1982): *Die Schweigespirale: öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*, Frankfurt a. M., Ullstein.
- PETA, Deutschland e. V. (2009): *Tierquälerei mit Qualitätssiegel*. In: http://www.peta.de/QS_Verbraucherbetrug_Hintergrund. (10.01.2009)

-
- Rittwitz, V. v. (1990): Das Katastrophenparadox. Elemente einer Theorie der Umweltpolitik. Opladen, Leske und Budrich.
- Russ-Mohl, S. (1981): Reformkonjunkturen und politisches Krisenmanagement. Opladen, Westdeutscher Verlag.
- Schlecht, S., Albersmeier, F. und Spiller, A. (2008): Konflikte bei landwirtschaftlichen Stallbauprojekten: Eine empirische Untersuchung zum Bedrohungspotential kritischer Stakeholder. Diskussionsbeitrag 0808 des Departments für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen. Göttingen.
- Schramm, M. und Spiller, A. (2003): Farm-Audit und Farm-Advisory-System. Ein Beitrag zur Ökonomie von Qualitätssicherungssystemen. Berichte über Landwirtschaft 81 (2), 165-191.
- Snow, D. A., Rochford, E. B., JR., Worden, S. K. und Benford, R. D. (1986): Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation. *American Sociological Review*, 51, 464-481.
- Spriggs, J. und Isaac, G. (2001): Food safety and international competitiveness: the case of beef, Wallingford; New York, CABI Publishing.
- Wilke, J. (1999): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Köln, Böhlau.
- Wittkämper, G. W., Bellers J., Grimm, J., Heiks, M., Sondergeld, K. und Wehmeier, K. (1992): Pressewirkung auf außenpolitische Entscheidungsprozesse - Methodologische Probleme der Analyse. In: Wittkämper, G. W. (Hrsg.) *Medien und Politik*. Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft.