

AGRARÖKONOMIE

Herausgegeben von Prof. Dr. Achim Spiller, Göttingen, und Prof. Dr. Ludwig Theuvsen, Göttingen

Band 1

Steffen Triebe

Reduktion von Treibhausgasemissionen aus der Landwirtschaft – Dargestellt für die Bundesländer Brandenburg und Niedersachsen

Lohmar – Köln 2007 • 346 S. • € 53,- (D) • ISBN 978-3-89936-617-4

Band 2

Mechthild Frentrup

Transparenz in Wertschöpfungsketten des Agribusiness – Entwicklung eines Messkonzepts und Evaluierung des Status quo am Beispiel der deutschen Milch- und Fleischwirtschaft

Lohmar – Köln 2008 • 240 S. + Online-Anhang • € 56,- (D) • ISBN 978-3-89936-728-7

Band 3

Ludwig Theuvsen und Christian Schaper (Hrsg.)

Milchwirtschaft ohne Quote – Märkte und Strategien im Wandel

Lohmar – Köln 2009 • 188 S. • € 48,- (D) • ISBN 978-3-89936-759-1

Band 4

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

Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit

Lohmar – Köln 2009 • 324 S. • € 62,- (D) • ISBN 978-3-89936-819-2

In den letzten Jahren ist die Land- und Ernährungswirtschaft in das Blickfeld der Öffentlichkeit gerückt. Ob die Debatte über Tierschutz, Rückstände von Pestiziden sowie die aktuell wieder an Brisanz gewonnene Grüne Gentechnik – immer wieder hat sich gezeigt, dass insbesondere Nicht-regierungsorganisationen (NGOs) und die Medien den gesellschaftlichen Diskurs prägen. Allein im Fleischbereich gab es seit dem Jahr 2000 über 45 Skandale, die medial aufgegriffen wurden. Insgesamt hat es die Branche nicht geschafft, kontroverse Themen frühzeitig aufzugreifen und offen mit den entsprechenden gesellschaftlichen Anspruchsgruppen zu kommunizieren.

Dieses Buch zeigt die zentralen Herausforderungen für die Ernährungswirtschaft auf und präsentiert erste Ansätze für eine gesellschaftsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Wissenschaftler und Praktiker stellen nach einem allgemeinen Überblick ihre Erfahrungen und Ergebnisse zu den Themen Tierschutz und Gentechnik vor. Insgesamt ist das Buch die erste umfassende Zusammenstellung von Beiträgen zum Thema gesellschaftsorientierter Kommunikationsstrategie in der Ernährungswirtschaft.