



Department für Agrarökonomie und RURALE ENTWICKLUNG
Georg-August-Universität Göttingen

Oktober
2016

Diskussionspapiere

Discussion Papers

Gibt es eine Zukunft für die moderne konventionelle Tierhaltung in Nordwesteuropa?

Achim Spiller, Marie von Meyer-Höfer, Winnie Sonntag



Department für Agrarökonomie und RURALE ENTWICKLUNG
Georg-August-Universität Göttingen

37073 Göttingen

ISSN 1865-2697

Diskussionsbeitrag 1608

Gibt es eine Zukunft für die moderne konventionelle Tierhaltung in Nordwesteuropa?

Achim Spiller, Marie von Meyer-Höfer, Winnie Sonntag
Georg-August-Universität Göttingen

Zusammenfassung

Die aktuelle intensive Form der Nutztierhaltung gewinnt weltweit an Bedeutung. Sie wird jedoch mit wachsender gesellschaftlicher Kritik und Ablehnung konfrontiert. Insbesondere in nordwesteuropäischen Ländern gibt es ausgeprägte gesellschaftliche Diskussionen um Tier- und Umweltschutz in der Nutztierhaltung. Daher stellt sich die Frage, was die Treiber dieser Akzeptanzprobleme sind und wie Vertrauen zurückgewonnen werden kann, um die license to produce nachhaltig zu sichern. Dazu fasst der vorliegende Beitrag in Form eines Literaturüberblickes aktuelle wissenschaftliche Forschungsergebnisse zusammen und stellt die Ursachen der Akzeptanzproblematik sowie Maßnahmen und Kommunikationsstrategien zur Rückgewinnung von Akzeptanz vor. Das Interesse der Gesellschaft an der Nutztierhaltung, Fragen der Ernährung und Gesundheit sowie dem Tierwohl sind langfristige Trends. Eine grundlegende Neuorientierung der Branche muss auf diesen Trend folgen. Vieles deutet darauf hin, dass die zunächst verfolgten eher passiven Konzepte (low profiling) und die heute stärker genutzten Gegenangriffs-, Rechtfertigungs- und Aufklärungsstrategien nicht ausreichen werden, um aus der medialen Defensive zu kommen. Angesichts des starken Strukturwandels, der konzentrationsfördernden Wirkung von zusätzlichen Tierschutzauflagen und der beachtlichen economies of scale gibt es keinen einfachen Weg zurück zu einer kleinbetrieblichen Landwirtschaft. Da die Einstellung der Bevölkerung gegenüber Großbetrieben z. T. aber sehr negativ ist, stehen gerade die größeren landwirtschaftlichen Betriebe und große Unternehmen der Fleischwirtschaft vor der Herausforderung, über CSR- und Shared-Value-Aktivitäten Vertrauen in der Gesellschaft zurückzugewinnen. Neben den Verbänden sind es auch diese Unternehmen, die über Ressourcen für einen Ausbau der Kommunikation verfügen. Wichtig ist zu betonen, dass Kommunikation alleine nicht ausreichen wird um Vertrauen und Akzeptanz zurückzugewinnen, es müssen auch glaubwürdige Veränderungen der Nutztierhaltung stattfinden.

Schlüsselbegriffe: Tierhaltung, Akzeptanz, Kommunikationsstrategien, gesellschaftliche Kritik

1 Die License to Produce der modernen Tierhaltung

Die moderne konventionelle Tierhaltung, gekennzeichnet durch hohe Kapitalintensität, wachsende Betriebsgröße, Stallhaltung, Arbeitsteilung, hohen Züchtungsfortschritt, steigende Tierleistungen und eine Entkopplung von der betriebseigenen Futtergrundlage, gewinnt weltweit an Bedeutung. Sie sieht sich gleichzeitig sehr unterschiedlichen Herausforderungen gegenüber. Insbesondere in nordwesteuropäischen Ländern wie Skandinavien, Großbritannien, den Benelux-Staaten, Österreich, der Schweiz und Deutschland gibt es ausgeprägte gesellschaftliche Diskussionen um Tier- und Umweltschutz in der Nutztierhaltung (Böhm et al., 2010; Miele et al., 2011; Vanhonacker et al., 2012; Vanhonacker/Verbeke, 2014). Die Schweiz und Schweden haben bereits erheblich höhere gesetzliche Standards umgesetzt, begleitet von einem Rückgang der Tierhaltung. Während sich diese Länder damit vom globalen Wachstumstrend der modernen Tierhaltung entkoppelt haben, wächst in den anderen genannten Ländern die Kritik an der modernen Tierhaltung massiv, parallel hält der Strukturwandel in der Landwirtschaft in Form einer Konzentration tierhaltender Betriebe in Gunstregionen weiter an.

Die gesellschaftliche Kritik an der modernen konventionellen Tierhaltung gefährdet die „license to produce“ (Busch et al., 2013; Vanhonacker/Verbeke, 2014). Das Beispiel der konventionellen Käfighaltung, die seit 1992 in der Schweiz, seit 2010 in Deutschland und seit 2012 EU-weit verboten ist, zeigt, dass bestimmte Produktionstechniken ihre gesellschaftliche Akzeptanz bereits verloren haben. Deutschland wird bis 2025 auch die Kleingruppenhaltung untersagen (Auerbach et al., 2014). Weiterhin stehen in Nordwesteuropa bestimmte, in der modernen Tierhaltung weltweit übliche Praktiken wie das Kupieren von Schwänzen bei Schweinen und Schnäbeln bei Geflügel in der Kritik (Akaichi/Revoredo-Giha, 2016). In der EU werden diese Praktiken bereits jetzt nur noch in einer Grauzone geduldet. Um eine Durchsetzung des Verbots des routinemäßigen Kupierens wird derzeit in einigen Ländern gerungen. Der Verzicht auf das Kupieren von Schweineschwänzen und Geflügelschnäbeln könnte massive Veränderungen der Haltungsformen nach sich ziehen, verbunden mit erheblichen Kostensteigerungen (Spiller et al., 2015). Die gesellschaftliche Kritik hat aber nicht nur Auswirkungen auf gesetzliche Standards, sondern zeigt sich auch in konkreten Aktionen wie z. B. in Demonstrationen von Bürgern, Blockaden von Bauvorhaben, zahlreichen kritischen Medienberichten, Einbrüchen in Ställe oder einem Parlamentssitz für

die niederländische Tierschutzpartei (Busch et al., 2013; Schulze et al., 2008; Zander et al., 2013).

Es stellt sich vor diesem Hintergrund die Frage, (1) was die Treiber dieser Akzeptanzprobleme sind und (2) was die Agrarwirtschaft tun kann, um zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung zu kommen und damit ihre license to produce zu sichern.

2 Methodik

Zur erstgenannten Zielsetzung, der Ursachen der Akzeptanzproblematik der modernen Tierhaltung, liegen eine Reihe wissenschaftlicher Forschungsergebnisse vor, die im Folgenden im Überblick zusammengefasst werden. In Kapitel 3 wird daher in Form einer komprimierten Literaturübersicht der Stand der Forschung zu Mensch-(Nutz-)Tier-Beziehungen aufgearbeitet, der sich aus verschiedenen Fachdisziplinen speist.

Ein Überblick über diese Ursachen der Akzeptanzproblematik ist für das vierte (und zentrale) Kapitel dieses Beitrags wichtig, in dem es um Kommunikationsstrategien zur Rückgewinnung von Akzeptanz geht. Ohne Kenntnisse der Ursachen kann keine Bewertung möglicher Kommunikationskonzepte erfolgen. Die Frage nach den geeigneten Kommunikationsstrategien ist bisher kaum ernsthaft bearbeitet worden. Deshalb wird in diesem Teil des Beitrags ein neuer Ansatz zur Systematisierung von möglichen Kommunikationsstrategien entwickelt.

Dabei handelt es sich um eine heuristische Typologie, die ohne Anspruch auf vollständige Überschneidungsfreiheit versucht, wesentliche Kommunikationsansätze zu beschreiben und vor dem Hintergrund der Kommunikationsforschung zu bewerten. Zur Ableitung der Typologie wurde eine breite Sichtung verschiedener praktischer Kommunikationsmaßnahmen der letzten Jahre vorgenommen. Zudem können die Forscher an dieser Stelle auf Erfahrungen aus einer Vielzahl von Gesprächen und Diskussionsforen mit unterschiedlichen Beteiligten und Stakeholdern zurückgreifen. Der Erstautor ist seit rund 15 Jahren in zentralen Foren und Beiräten zu Fragen der Tierhaltung und Fleischproduktion aktiv, so dass an dieser Stelle Elemente der Aktionsforschung genutzt werden konnten.

3 Ursachen des Akzeptanzproblems

Zwei wesentliche Treiber der gesellschaftlichen Kritik lassen sich unterscheiden: Zum einen gibt es u. E. erhebliche Tier- und Umweltschutzdefizite, die Fragen an die moderne Tierhaltung aufwerfen. Studien zeigen z. B. verbreitete Tiergesundheitsprobleme trotz hohen Medikamenteneinsatzes, kurze Lebensdauern, Auffälligkeiten im Tierverhalten, Schwächen der üblichen Haltungssysteme hinsichtlich des Auslebens natürlicher Verhaltensmuster, Kompetenzlücken sowie Managementfehler vieler Tierhalter und einseitige Züchtungsziele. Zwar ist die Datenlage nicht immer eindeutig, flächendeckende Erhebungen sind kaum vorhanden, Neutralität und Güte der Datenerhebung vielfach strittig. In der Gesamtschau sieht der wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik beim BMEL jedoch erhebliche Defizite in der heutigen Tierhaltung (Spiller et al., 2015).

Zum anderen ist Akzeptanz ein soziales Konstrukt, also das Ergebnis eines gesellschaftlichen Diskursprozesses, in dem sich weitreichende Prozesse wie z. B. Wertewandel, Urbanisierung, Medienentwicklungen und NGO-Kampagnen niederschlagen (Thompson et al., 2011; Spiller et al., 2012). Die Höhe des notwendigen Tierwohllevels kann nicht allein naturwissenschaftlich festgelegt werden, sie ist immer auch eine gesellschaftliche (politische) Bewertung (Spiller et al., 2015). Darauf wirken wissenschaftliche Ergebnisse der Nutztierforschung ein. Diese sind aber nur ein Element des Diskurses um die moderne Tierhaltung.

Die skizzierten Tierschutzprobleme stoßen in Nordwesteuropa auf eine Gesellschaft, in der Ernährung als Thema seit einigen Jahren erheblich an Bedeutung gewinnt: Übergewichtsprobleme, Schlankheits- und Gesundheitstrend, neue Genusskultur, Zunahme der Veganer, Vegetarier und Flexitarier oder Ernährung als Ersatzreligion sind nur einige Stichworte, die auf eine kulturelle „Umwertung“ des Ernährungsbereichs hindeuten (Cordts et al., 2014). Neben der vegetarischen Ernährungsweise erhält vor allem die vegane Ernährung in den letzten Jahren enormen Zulauf und verändert damit das Produktangebot im Lebensmitteleinzelhandel (Busch/Hamm, 2015). Ernährung wird in einer individualisierten Gesellschaft zu einem wichtigen Element der Identitätsbildung – und die Auswahl des „richtigen“ Fleisches wird zum persönlichen Statement. Daneben wird das Wohlergehen der Tiere aus Verbrauchersicht als Indikator für wichtige Produktattribute wie Lebensmittelsicherheit, Qualität und Gesundheit der Produkte angesehen. Demzufolge

werden tiergerechte Prozess- und Haltungsbedingungen mit guten Lebensmittelstandards gleichgesetzt (Harper/Henson, 2001).

Gekoppelt ist dies mit einem Wandel der tierethischen Haltung der Bevölkerung, in der klassisch anthropozentrische Positionen an Relevanz verlieren. Pathozentrische und biozentrische Ethiken, die das Leiden der Tiere und zunehmend auch ihren Eigenwert und ihre positiven Emotionen hervorheben, sind bereits relativ breit in der Gesellschaft verankert. Tiere werden als fühlende Wesen wahrgenommen, die es mit Respekt und Wertschätzung zu behandeln gilt. Neuere Arbeiten der Biologie verweisen zunehmend auf die kognitiven, emotionalen und sozialen Fähigkeiten von Tieren. Als Gegenleistung für die Schlachtung der Tiere wird es als Pflicht angesehen den Tieren vorher ein gutes Leben zu ermöglichen (Spooner et al., 2014). Bürger nehmen daher die Nutztierhaltung nicht mehr unhinterfragt als rein wirtschaftliche Tätigkeit hin, sondern sehen diese als ethisch begründungspflichtige Produktionsform. In Ländern wie Deutschland und der Schweiz hat dieser Wertewandel dazu beigetragen, dass der Tierschutz Verfassungsrang erhalten hat.

Akzeptanzprobleme sind auch im Zusammenhang mit der zunehmenden Entfernung, teilweise auch Entfremdung der Bevölkerung von der tierischen Produktion zu sehen. Der Strukturwandel sowie der technische Fortschritt führten dazu, dass große Tierzahlen an Schweinen und Geflügel heute hauptsächlich in geschlossenen Ställen leben und für die Verbraucher nicht mehr sichtbar sind (Schulze et al., 2008). Bei diesen beiden Tierarten ist die Kritik auch am größten. In Deutschland sind nur noch ca. 1,5 % der Bevölkerung in der Landwirtschaft tätig (DBV, 2014). Nur jeder zehnte Verbraucher war schon einmal in einem Geflügelstall, alle anderen kennen nur Medienbilder. Und die Medienberichterstattung über die moderne Tierhaltung ist seit Jahren überwiegend kritisch (Kayser et al., 2011).

In Folge der Urbanisierung besteht der Kontakt zu Tieren für die Mehrzahl der Bevölkerung aus der Beziehung zum Haustier, in der das Tier als ebenbürtiger, fühlender Gefährte und Familienmitglied wahrgenommen wird. Die Projektion der Haustier-Mensch-Beziehung auf die Nutztierhaltung ist eine wichtige Grundlage für das Tierwohlverständnis der Bevölkerung und die Ablehnung von gängigen Prozess- und Produktionsmethoden (Vanhonacker/Verbeke, 2014). So sind Eigentümer von Hunden und Katzen viel besorgter um das Wohlergehen landwirtschaftlicher Nutztiere als Verbraucher ohne Haustiere (McKendree et al., 2014).

Die Wahrnehmungsmuster der Menschen haben zur Folge, dass viele Bürger naturnahe Haltungssysteme präferieren. Im Speziellen wird die Vorstellung von Tierwohl bei Verbrauchern stark durch den „Natural Living Frame“ bestimmt, d. h. ein Verständnis von guten Lebensbedingungen in naturnahen Systemen, in das intuitive Vorstellungen der Artgerechtigkeit und menschliche Bedürfnisse einfließen (Boogaard et al., 2011; Farm Animal Welfare Committee, 2011; Fraser, 2008; Lassen et al., 2006; Schulze/Deimel, 2012; Verbeke, 2009). Menschen gehen bspw. davon aus, dass Kühe natürlicherweise auf Grasland leben und Weidegras fressen. Eine reine Stallhaltung stößt deshalb auf weniger Akzeptanz (Weinrich et al., 2014). „Natural Living“ hat viel mit Präferenzen für Freiland und Bewegung, aber auch mit Zugang zu Außenklima, d. h. natürlichem Licht, Frischluft und Außenreizen zu tun. Im Mittelpunkt des Diskurses über die Käfighaltung standen die Bewegungsmöglichkeiten zur Ausübung natürlicher Verhaltensweisen von Legehennen, wie Sandbaden, Flügelschlagen, Aufbäumen oder Nestbauverhalten (Deimel et al., 2010; Heng et al., 2013). Arbeitsökonomie, Leistungsvorteile, günstiger Preis und Hygiene, die als Argumente für die Käfighaltung angeführt wurden und beim „Biological Functioning Frame“ im Vordergrund stehen, konnten sich in der gesellschaftlichen Debatte nicht durchsetzen (auch wenn einem beachtlichen, aber weniger meinungsstarken Teil der Bevölkerung preiswerte, sichere Lebensmittel ausreichen; Kayser et al., 2012b; Thompson et al., 2011).

Im Einklang mit den o. g. Forschungsergebnissen steht, dass Verbraucher oftmals von eigenen Bedürfnissen auf die der Nutztiere schließen. Eine längerfristige Fixierung der Tiere (z. B. Anbindehaltung) sowie Gitterstäbe bzw. Käfige (z. B. Kastenstand) lösen aus einer menschlichen Perspektive Assoziationen mit Strafe und Gefängnis aus. Aus Verbrauchersicht ist es nicht verwunderlich, dass sich Tiere in reizarmen Umgebungen langweilen und daraus Verhaltensanomalien entwickeln (Vanhonacker et al., 2012). Ebenso wird das eigene, menschliche Lichtempfinden auf die Tiere übertragen. So wird kritisiert, dass Geflügel in Ställen ohne Tageslicht und im Dunkeln gehalten wird (Spooner et al., 2014). Aus nutztierethologischer Perspektive ist dieser anthropomorphistische Blick auf das Tier in einigen Fällen durchaus zutreffend (z. B. Platzbedürfnisse), in anderen (z. B. Temperaturempfinden) kann er auch zu falschen Schlussfolgerungen führen. Der Schluss vom eigenen Empfinden auf Bedürfnisse von Tieren ist aber ein kaum zu vermeidendes Charakteristikum einer Wohlfahrtsgesellschaft.

Ein wichtiger Aspekt ist deshalb auch der Platz je Tier in den Haltungssystemen. Die langjährige Debatte um die Käfighaltung von Legehennen, die für viele Verbraucher den Ausgangspunkt ihres Tierschutzverständnisses darstellt, zeigt, dass die Begrenzung von Bewegungsmöglichkeiten und das Platzangebot in Haltungssystemen für Verbraucher von entscheidender Bedeutung sind. Studien unter Vorlage von Bildern zeigen außerdem, dass selbst eine deutlich verringerte Besatzdichte in der Intensivtierhaltung von Verbrauchern nicht erkannt wird (Busch et al., 2015a). Verbraucher fordern typischerweise ein erheblich höheres Platzangebot als heute in Schweine- und Geflügelställen geboten wird.

Nicht-kurative Eingriffe am Tier, wie das betäubungslose Kastrieren männlicher Ferkel, sind in der Öffentlichkeit bisher weniger bekannt, werden jedoch bei Vorlage von Informationen als Eingriff in die Integrität der Tiere kritisiert (Vanhonacker et al., 2009; Zander et al., 2013). Ähnliches trifft auf züchterische Maßnahmen zur Leistungssteigerung zu. Integrität als Wert per se ist eine ethische Vorstellung, die an der Schnittstelle von Natürlichkeitspräferenzen und Vorstellungen von Eigenwert von und Ehrfurcht vor dem Leben angesiedelt sind, z. T. auch religiös verankert. Wie die Gentechnikdiskussion zeigt, gibt es eine verbreitete Vorstellung in der Bevölkerung, dass Eingriffe in natürliche Selektionsprozesse problematisch sein könnten.

Studien zur Bewertung der konkreten Haltungsbedingungen in Ställen gibt es nur wenige: Zander et al. (2013) leiteten aus Gruppendiskussionen mit Verbrauchern ab, dass Schweineställe als riesige, abgeschlossene Hallen beschrieben werden, in denen Tiere auf engstem Raum leben. Die Vorstellungen über den Hygienestatus sind heterogen: von steril über sauber bis unhygienisch. Insgesamt scheint der Hygienevorteil intensiver Haltungssysteme in der Bevölkerung nicht besonders geschätzt zu werden. Kritisiert wird, dass moderne Schweineställe überwiegend „abgeschirmt“, „geschlossen“ und „isoliert“ sind und der „Zugang verboten“ sei (ebd.). Im Hinblick auf die Mensch-Tier-Beziehung werden ein ökonomischer Zugang der Landwirte zu den Tieren und das Fehlen einer emotionalen Beziehung („Fürsorge“, Zander et al., 2013) kritisiert. In einer niederländisch-dänischen Arbeit wurden Verbraucher durch konventionelle und ökologische Schweineställe geführt und befragt (Boogaard et al., 2011): Sie zeigten sich überwiegend besorgt über das Wohl der Tiere, sind z. T. sogar schockiert. Dies ist zwar bei konventionellen Ställen stärker ausgeprägt, teilweise betrifft dies aber auch die Bio-Haltung. Fürsorge und individuelle Betreuung des einzelnen Tiers werden als Anforderungen hervorgehoben. Gesundheit wird mit unverletzten, aktiven und neugierigen Tieren gleichgesetzt. Möglichkeiten zum Ausleben natürlicher

Verhaltensmuster, Platz, Außenklimazugang und positive Emotionen der Tiere sind aus Verbrauchersicht zentrale Indikatoren für deren Wohlbefinden. Technikeinsatz wird begrüßt, wenn dieser zum Wohle der Tiere beiträgt, z. B. bei Gesundheitsaufzeichnungen oder temperiertem Stallklima.

Weiterhin fällt es Verbrauchern schwer, Zielkonflikte in der modernen Tierhaltung zu identifizieren. Meist bedeuten Zielkonflikte für Verbraucher eine Entscheidung zwischen kostengünstigem Produkt und einer besseren Tierhaltung (Zander et al., 2013). Zielkonflikte zwischen verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen wie etwa zwischen Ressourcenverbrauch auf der einen und Tierschutz auf der anderen Seite sind kaum präsent. Wenn solche Zielkonflikte bekannt werden, wird im Zweifel häufig für mehr Natürlichkeit für das Tier und zum Beispiel zu Lasten der Tiergesundheit plädiert (Delezie et al., 2006; Sonntag et al., 2016).

Zu der wachsenden Ablehnung der modernen Tierhaltung trägt das geringe Vertrauen in die Fleischwirtschaft sowie in gängige Kennzeichnungs- und Kontrollsysteme bei. Mit der BSE-Krise und einer Reihe folgender „Fleischskandale“ hat sich die Reputation peu à peu verschlechtert (Schulze et al., 2008; Albersmeier/Spiller, 2010). Kampagnen von NGOs und kritische Medienberichte treffen daher auf eine aufnahmebereite Grundstimmung, ein Effekt, der in der Psychologie als Priming bezeichnet wird. Der Begriff „Massentierhaltung“, 1970 vom Frankfurter Zoodirektor und Journalisten Bernhard Grizmek gegen die Käfighaltung von Legehennen eingeführt, löst zum Beispiel spontan eine Vielzahl negativer Assoziationen aus (Kayser et al., 2012a). Massentierhaltung hat deshalb als anschlussfähiger Interpretationsframe eine hohe politische Bedeutung erlangt, obwohl die zugrunde liegende Basisannahme einer Korrelation zwischen Betriebsgröße und Tierwohl wissenschaftlich kaum haltbar ist (Meyer-Hamme/Lambertz, 2016).

Solche Vorprägungen werden dadurch verstärkt, dass Tierhaltung und Schlachtindustrie teilweise öffentlichkeitsfern agieren und wenig Anstrengungen unternommen haben, spezifische Tierschutzprogramme im Markt aufzubauen (Franz et al., 2010; Weinrich et al., 2015). Der Consumer-Citizen-Gap ist daher im Fleischmarkt ausgeprägt. Er beschreibt eine Lücke zwischen den Einstellungen als Bürger und dem tatsächlichen Einkaufen als Verbraucher (Harvey/Hubbard, 2013). Während Bürger in Befragungen angeben, mehr für Tierwohl bezahlen zu wollen, kann es sein, dass sie diese Absicht während der

Kaufentscheidung nicht umsetzen und zum günstigeren Produkt greifen. Wenn es am Markt allerdings keine attraktiven Optionen für besonders tierschutzbewusste Verbraucher gibt und Kritiker damit gar nicht zu Kunden werden können, dann ist der Consumer-Citizen-Gap (auch) das Ergebnis von Marktversagen. Solche Situationen rufen die Gefahr von Abwanderung (zunehmende Vegetarieranzahl) und Widerspruch (Protestverhalten) hervor (Hirschman, 1970). Vor diesem Hintergrund bietet sich Tierschutz auch als parteipolitisches Thema an, was den medialen Druck auf die Branche weiter verstärkt.

Diese Bedenken gegen die moderne Tierhaltung verknüpfen sich mit einem generellen Bias vieler Menschen: dem sog. „David-gegen-Goliath-Frame“ (Gilmore/Pine, 2007; Paharia et al., 2011; Sidali/Hemmerling, 2014). Menschen neigen bei Akteurskonflikten zur Unterstützung der kleinen Player. In der Bewertung der Tierhaltung wird dieser Bias zusammen mit den konkreten Tierschutzbedenken in medial wirksamen Begriffen wie „Massentierhaltung“ oder „Industrielle Tierhaltung“ verbunden. Eine kleinbetriebliche Landwirtschaft wird in Teilen der Gesellschaft als Wunsch- und Gegenbild zu einer industrialisierten und globalisierten Moderne präferiert. Warum findet sich der Wunsch nach Idylle gerade bei Lebensmitteln? Hier gibt es nur vorsichtige kulturwissenschaftliche Erklärungen: Lebensmittel werden inkorporiert, sind also körperlich unmittelbarer als andere Erzeugnisse. Die Produktion findet in Europa statt und prägt die Kulturlandschaft. Viele Menschen sehen in Natur und Landschaft eine der wenigen übriggebliebenen Ressourcen lebensweltlichen Selbstverständnisses, einen Rückzugsort gegen die Zumutungen der Globalisierung, einen Ort der Identitätsstiftung und Heimat. Landwirtschaft wird als Sinnbild für eine wertstabile, traditionelle und bodenständige Lebensart verstanden, die einen Anker in der schnelllebigen heutigen Welt bieten soll. So aufgeladen, wird eine produktivitätsorientierte großbetriebliche Tierhaltung als Bedrohung erfahren. Romantische Bilder werden zudem marketingwirksam von der Lebensmittelindustrie selbst verwendet, dadurch verstärkt und prägen dann umso stärker das Wunschbild der Tierhaltung (Böhm et al., 2010; Isermeyer, 2014; Te Velde et al., 2002).

Der technische Fortschritt bei Lebensmitteln wird von den Verbrauchern als gering wahrgenommen, moderne Lebensmittel gelten im Vergleich zur Tradition nicht als besser (Kayser et al., 2012b). Modernität bei Autos oder Unterhaltungselektronik ist offensichtlich positiv – und wenn der VW-Käfer nostalgisch verklärt wird, so wird doch niemand den grundsätzlichen technischen Fortschritt hier bestreiten oder wegwünschen. Das ist bei Fleisch

und Tierhaltung anders. Hier sind bäuerlich, natürlich, handwerklich, traditionell positiv – modern, produktiv, großbetrieblich und effizient negativ besetzte Begriffe für viele Konsumenten (Kayser et al., 2012a). 40 % der deutschen Verbraucher gehen davon aus, dass sich die Tierhaltung in den letzten Jahren verschlechtert hat, nur 20 % vermuten eine Verbesserung (Zühlsdorf et al., 2016). Eine technische Weiterentwicklung der Tierhaltung wird also wahrgenommen, sie führt aber aus Sicht vieler Verbraucher nicht zu einer Verbesserung der Produkte, sondern zu Verschlechterungen für die Tiere. Viele Verbraucher können sich nicht vorstellen, wie bei großen Tierzahlen eine fürsorgliche und verantwortungsvolle Mensch-Tier-Beziehung bzw. eine Einzeltierbetreuung möglich sein kann. Die günstigen Fleischpreise werden zwar gesehen, gelten aber aus Sicht vieler Bürger nicht (mehr) als besonders erstrebenswert, wenn sie zu Nachteilen für Umwelt und Tier führen. Teilweise lösen niedrige Fleisch- und Milchpreise sogar ein Unbehagen aus („wie kann das so billig produziert werden“; Böhm/Schulze, 2010).

4 Kommunikationsstrategien zur Wiedergewinnung von Akzeptanz

Wenn die skizzierte Ausgangsanalyse stimmt, wird die Rückgewinnung der Akzeptanz schwierig und langwierig, da die Ursachen multifaktoriell sind. Viele Praktiker in Landwirtschaft und Industrie haben diese Herausforderung erkannt. Es gibt in den nordwesteuropäischen Ländern eine intensive brancheninterne Diskussion um die gesellschaftliche Kritik und mögliche Reaktionen (Clark et al., 2016). Diese setzt zum einen an tatsächlichen Verbesserungen der Haltungsbedingungen an und schlägt sich zum Beispiel in Deutschland in der (Branchen-)Initiative Tierwohl nieder.

Zum anderen werden kommunikative Anstrengungen gefordert, um das Image der Tierhaltung zu verbessern. Zu dieser Kommunikationsseite liegen bisher allerdings kaum Forschungsarbeiten vor. Die Frage nach der richtigen Strategie aus Sicht des Sektors ist darüber hinaus umstritten. Die folgende Tabelle zeigt unterschiedliche Kommunikationsstrategien zur Akzeptanz(rück)gewinnung, die nicht vollständig überschneidungsfrei sind, aber jeweils unterschiedliche Akzente setzen. Sie beruhen auf einer Auswertung der Literatur zur Krisen-PR (Coombs, 1999), Vertrauenskommunikation sowie zu Stakeholder-Management und Corporate Social Responsibility (Porter/Kramer, 2011). Es wird deutlich, dass gegensätzliche Auffassungen über geeignete Kommunikationsstrategien existieren und sich diese bereits in den Grundannahmen über die Ursachen der Akzeptanzproblematik widersprechen.

Tab. 1: Kommunikationsstrategien zur Akzeptanz(rück)gewinnung in der Tierhaltung

Typ	Basisannahmen zur Akzeptanzproblematik	Ziel	Konzept/Botschaft	Maßnahmenswerpunkt
Aussitzen/Low Profiling				
Abtauchen	Thema unterliegt Lebenszyklus und verliert auch wieder an Bedeutung Derzeit negative Grundstimmung gegen v. a. Fleischwirtschaft Branche hat in dieser Phase keine Chance in der Öffentlichkeit	Durch geringe Transparenz keine Angriffsfläche bieten, Themenrelevanz verringern	Abwarten, schweigen, Rückzug	Rechtliche Maßnahmen, im Übrigen Kritik ignorieren, Ställe und Schlachthöfe abschotten
Ignorieren	Landwirtschaft als lebensnotwendige Produktion Gute Lobbyposition der Branche Gesellschaft will nationale Landwirtschaft auf jeden Fall erhalten	Stellenwert der Landwirtschaft betonen	Selbstvertrauen ausstrahlen, Verbraucher sollen „dankbar“ sein	Rechtliche Maßnahmen, klassische PR
Leugnen/Denial				
Leugnen	Tierhaltung in Deutschland entspricht dem Stand der Technik Probleme gibt es nur bei wenigen „schwarzen Schafen“	Status quo erhalten	Klarstellen, dass es keine Krise gibt	Rechtliche Maßnahmen, klassische PR, Unterstützer mobilisieren
Gegenangriff/Attack on the accuser				
NGO-Bashing	NGOs verbreiten absichtlich Negativ-Schlagzeilen Bei neutraler Information würde heutige Tierhaltung akzeptiert	Legitimation der NGOs schwächen	NGOs als Spenden-maximierer darstellen	Medien-Angriffe, Shitstorm, Hintergrundrecherche, rechtliche Maßnahmen
Medienschelte	Uninformierte (fachfremde, unfaire) Journalisten berichten verzerrt über moderne Tierhaltung Bei neutraler Berichterstattung würde Tierhaltung akzeptiert	Medienberichterstattung verändern, „objektive“ Berichterstattung erreichen	Journalisten über Gegeninformationen und Druck beeinflussen	Rechtliche Schritte, Medienangriffe auf Journalisten, PR mit Zielgruppe Journalisten
Konsumenten-schelte	Verbraucher wollen nur günstige Produkte Ausgeprägte Bürger-Konsumenten-Lücke Bewusstmachung dieser Widersprüche steigert Akzeptanz	Ansprüche der Bürger reduzieren	Schizophrenie der Verbraucher betonen	Durch klassische PR „Geiz-ist-Geil“-Mentalität der Verbraucher anklagen

Typ	Basisannahmen zur Akzeptanzproblematik	Ziel	Konzept/Botschaft	Maßnahmenswerpunkt
Opferhaltung/Victimisation				
Sachzwang-argumente	Gesellschaft kennt den wirtschaftlichen Druck auf die Landwirtschaft nicht Produzieren für den Weltmarkt erfordert Kosteneffizienz Mehr Tierschutz würde zu Abwanderung führen	Ansprüche der Verbraucher klein reden	Verständnis für Handlungszwänge wecken	Durch klassische PR ökonomische Sachzwänge betonen und Landwirte als Opfer des Weltmarktdrucks darstellen
Rechtfertigung/Excuse				
Welthunger- und Klimaargument	Akzeptanzproblem wird verringert, wenn Gesellschaft konkurrierende ethische Ziele erkennt Verweis auf negative Effekte einer Extensivierung der Tierhaltung Sicherung der Welternährung bedarf intensiver Landwirtschaft/Tierhaltung	Legitimität der Effizienzstrategie darlegen Welthunger als Produktionsproblem darstellen	Zielkonflikte zwischen Nachhaltigkeitszielen herausarbeiten, ethische Vorteile von Effizienz betonen	Durch klassische PR eine stärkere Gewichtung des Versorgungsziels gegenüber Tierschutz erreichen
Transparenzstrategie/Transparency				
Informations-Defizit-Ansatz	Gesellschaft ist schlecht informiert Mehr Wissen über heutige Tierhaltung führt zu mehr Akzeptanz	Wissensvermittlung, Aufklärung	Moderne Tierhaltung ist ein Fortschritt im Tierschutz	Informationskampagnen wie Hofbesuche, Youtube, Webcams, Fenster in Ställen, Road-Shows
Entschuldigung/Full Apology				
Vertrauens-kommunikation	Hohes Misstrauen in den Sektor Vertrauen als Grundvoraussetzung gelingender Kommunikation	Vertrauen zurückgewinnen Vertrauenspuffer für Krisenzeiten aufbauen	Probleme anerkennen, sich entschuldigen, Initiative (Engagement, Integrität und Benevolenz vermitteln)	Tierhaltung verbessern und begleitendes Reputationsmanagement (Stakeholdermanagement)
Wertekommunikation/Shared-Value				
Dialog-kommunikation	Tierschutz ist wertgetriebenes Thema Werte entwickeln sich im gesellschaftlichen Dialog	Neue Lösungen für ethische Konfliktsituationen entwickeln	Im Dialog gemeinsame Werte mit der Gesellschaft finden	Beziehungsmanagement/Multi-Stakeholder-Kommunikation/ Dialogverfahren (runde Tische, Beiräte, Mediation, Zukunftswerkstätten, etc.)
Corporate Transformation	Potenziale für Tierschutzmaßnahmen ohne Mehrkosten vorhanden Zahlungskräftige Marktsegmente mit Tierwohlpräferenzen	Über unternehmerische Initiativen und technischen Fortschritt Pionierposition erringen	Change Management, Bereitschaft zum grundlegenden Wandel, sich neu erfinden	Werbung für innovative Produkte und begleitende CSR-PR

Quelle: Eigene Darstellung

Für die aufgezeigten Strategien lassen sich jeweils zahlreiche Beispiele in der aktuellen Auseinandersetzung finden. Im Folgenden werden die verschiedenen Konzepte vorgestellt und diskutiert, wobei angesichts des defizitären Forschungsstandes nur vorsichtige Bewertungen über die Eignung der Ansätze vorgenommen werden können.

Aussitzen/Low Profiling: Nach der BSE-Krise Ende der 1990er Jahre hat sich die Fleischwirtschaft in Deutschland langjährig aus der Öffentlichkeit zurückgezogen und Journalisten keinen Zugang zu Schlachthöfen gestattet (Hohl/Wolfschmidt, 2006; Rehaag/Waskow, 2006). In Gesprächen mit Journalisten wurde wiederholt über entsprechende Abtauchstrategien berichtet, die in der Regel hohes Misstrauen bei den Adressaten ausgelöst haben. Ein Beispiel für die zweite Strategie der selbstbewussten Ignoranz ist die Kampagne „Wir machen euch satt“ (www.wir-machen-euch-satt.de), in der die unverzichtbare Rolle der deutschen Landwirtschaft fokussiert und dem Verbraucher mit der „Einstellung der Produktion“ für den Fall andauernder Proteste gedroht wird. Beide Varianten der Low-Profile-Strategie werden in der PR-Literatur eher skeptisch beurteilt, da sie sich empirisch nicht bewährt haben und die Bedeutung der Mediengesellschaft für die license to produce nicht hinreichend beachten (Kayser et al., 2012b). Aussitzen als Strategie setzt voraus, dass ein Thema im Laufe der Zeit an öffentlichem Interesse verliert. Vieles deutet aber darauf hin, dass sich das Mensch-Tier-Verhältnis langfristig verändert und aus Sicht der Werteforschung einen Megatrend darstellt (Spiller et al., 2015; Vanhonacker/Verbeke, 2014; Zander et al., 2013).

Leugnen/Denial: Das Konzept der Problemverleugnung geht davon aus, dass realiter gar keine Krise vorliegt, es sich also um Falschinformationen handelt. Die Strategie setzt auf die eigene fachliche Deutungshoheit und hat vornehmlich dann Chancen, wenn neutrale Experten die Position einer Branche stützen. In der Frühphase der gesellschaftlichen Tierschutzdebatte war dies auch überwiegend der Fall, etwa wenn Nutztierwissenschaftler die Tiergesundheits- und Hygienevorteile der Käfighaltung von Legehennen betonten (Weber et al., 2003). (Wissenschaftliche) Gegenexpertisen führen in einem Mediensystem, das auf Kontroversität setzt, allerdings schnell zur Erosion der Problemlöschung, die dann in die Defensive gerät. Gutachten wie das des wissenschaftlichen Beirates für Agrarpolitik beim BMEL, in der die Tierhaltung in Deutschland als problematisch beschrieben wird (Spiller et al., 2015), sind aus diesem Grund für eine Strategie der Problemverleugnung schädlich. Die Positionen der

Nutztierwissenschaftler in Deutschland zum Thema Tierschutz sind heute diverser als in den 1970er Jahren.

Gegenangriff/Attack on the accuser: Zur Strategie des „Attack on the accuser“ (in der PR-Forschung zur Tabakdiskussion auch als Advocacy Adverting bezeichnet) lassen sich derzeit viele Beispiele aus der Landwirtschaft finden. Die Probleme werden nicht gänzlich geleugnet, allerdings wird die Legitimität der Kritiker angegriffen, um das Problemausmaß zu relativieren. Beispielsweise hat der Deutsche Bauernverband auf eine kritische Berichterstattung in „Die Zeit“ mit einer Anrufung des Presserates reagiert. Eine häufig verwendete rhetorische Formel ist die Infragestellung der Legitimität von NGOs mit Verweis auf ihre fehlende demokratische Grundlage und ihre Ausrichtung auf Spendengewinnung. In den USA betreiben Unternehmen seit einigen Jahren eine Internetseite, die die Legitimität von NGOs umfassend angreift. Es gibt mittlerweile ebenfalls eine deutschsprachige Seite (www.ngowatch.de). Ein Risiko der Attack-on-the-accuser-Strategie liegt in Solidarisierungseffekten innerhalb der Medienlandschaft bei Angriffen auf die „Lügenpresse“. Ein weiterer Effekt solcher Angriffe kann eine steigende Polarisierung der gesellschaftlichen Auseinandersetzung sein. Insgesamt sind Konfliktstrategien angesichts der schlechten Ausgangslage riskant. Sie vertiefen Gräben und führen ggf. zu einer Wagenburg-Mentalität. Zudem verlangen sie hohe Budgets und Kommunikationserfahrungen, beides ist im Agrarsektor eher weniger vorhanden.

Besonders relevant sind derzeit Kommunikationsmuster, die in verschiedener Form versuchen, Konsumenten zu einem Überdenken ihrer hohen Erwartungen an die Tierhaltung zu bewegen. Viele Akteure in Landwirtschaft und Industrie betonen den Consumer-Citizen-Gap, also die Diskrepanz zwischen ausgeprägten Erwartungshaltungen an die Branche und dem preisorientierten Einkaufsverhalten (Harvey/Hubbard, 2013). Empirisch weisen Zühlsdorf et al. (2016) nach, dass diese Diskrepanz den Konsumenten durchaus auch selber bewusst ist. Allerdings ändert diese skeptische Selbsteinschätzung der Verbraucher wenig an ihren Bewertungen der Tierhaltung. Vielmehr führt die Skepsis zur Forderung nach verstärkten politischen Regulierungen und Kontrollen. Verbraucherschelte stößt daher durchaus auf Resonanz im gesellschaftlichen Diskurs, vermag aber die Kritik an der Tierhaltung nur bedingt abzuschwächen.

Opferhaltung/Victimisation impliziert, dass andere Akteure oder bestimmte Umstände ursächlich für Problemlagen sind und die Landwirtschaft selbst eines der Opfer ist. Besondere Relevanz hat hier das ökonomische Sachzwangargument, das auf den wirtschaftlichen Druck durch internationalen Wettbewerb und die geringen Margen der Landwirtschaft verweist. Mit Bezug auf höhere Standards in Deutschland wird eine Abwanderung der Tierhaltung in Länder mit geringeren Kosten prognostiziert, so dass höhere heimische Tierschutzstandards letztlich zu mehr Tierschutzproblemen führen würden und damit Regulierungsziele verfehlt wären (Grethe, 2007). Die Landwirtschaft in Deutschland ist dann Opfer des internationalen Wettbewerbsdrucks. Grundsätzlich gibt es in der Bevölkerung eine starke Unterstützung für bessere Erzeugerpreise und eine Wahrnehmung, dass der Landwirt das schwächste Glied in der Wertschöpfungskette ist (Busch/Spiller, 2016). Daraus zieht die Bevölkerung aber nicht die Schlussfolgerung, dass diese ökonomischen Zwänge zu Lasten der Tiere gehen dürfen; gefordert werden vielmehr Maßnahmen, die an der Erlössituation der Landwirtschaft ansetzen (faire Preise).

Rechtfertigung/Excuse: Während das ökonomische Sachzwangargument der Landwirtschaft eine passive Rolle zuweist, wird in der Rechtfertigungsstrategie aktiv für eine intensive Tierhaltung geworben. Als Argumente dienen hier in den letzten Jahren vor allem das Wachstum der Weltbevölkerung und der Verweis auf Defizite in der Welternährung (Bartmer, 2012; Candel et al., 2014). Angesichts begrenzter globaler Agrarflächen ist eine Intensivierung der Agrarproduktion daher gerade an den europäischen Gunststandorten ethisch geboten. Eine extensive Tierhaltung mit heimischer Futtergrundlage würde dagegen die möglichen Nahrungsmittlexporte verringern und zur Hungerproblematik beitragen. Hunger ist in dieser Sichtweise nicht nur ein Verteilungs-, sondern auch oder vornehmlich ein Produktionsproblem. In ähnlicher Form kann auf ethische Zielkonflikte zwischen Tierschutz auf der einen und einer klimafreundlichen Produktion auf der anderen Seite verwiesen werden. Akzeptanzprobleme der Intensivproduktion werden ggf. verringert, wenn die Gesellschaft konkurrierende ethische Ziele anerkennt. In den Agrarwissenschaften werden solche Zielkonflikte zwischen verschiedenen Nachhaltigkeitszielen im Konzept der „Sustainable Intensification“ formuliert (Tscharncke et al., 2012). Es gibt bisher fast keine Forschungsarbeiten, die sich mit der Reaktion der Bevölkerung auf die Darstellung solcher Zielkonflikte beschäftigen. In eine Medienanalyse konnten Kayser et al. aufzeigen, dass Ende der 2000er Jahre in einer Zeit steigender Lebensmittelpreise und von Verknappungstendenzen

eine produktivitätsorientierte Landwirtschaft in den Medien positiver dargestellt wurde (Kayser et al., 2010). Die Legitimität von Produktivitätssteigerungen, wenn sie zu Lasten des Tierwohls gehen, ist aber in westlichen Überfluggesellschaften letztlich moralisch nicht leicht vermittelbar.

Transparenzstrategie/Transparency: Viele Branchenvertreter und Naturwissenschaftler plädieren derzeit für eine Transparenzstrategie und argumentieren damit auf Basis der (Informations-)Defizit-Hypothese, wonach dem Akzeptanzproblem (1) ein Informationsmangel der Bevölkerung zugrunde liegt und (2) mehr Information zu mehr Akzeptanz führen würde (Ventura et al., 2016). Aus dieser Perspektive ist die moderne Tierhaltung grundsätzlich auf dem richtigen Weg. Die vorhandenen Probleme sind nicht schwerwiegend. Die Bevölkerung generalisiere einzelne Skandalfälle zu stark und könne die Situation der Tierhaltung aufgrund falscher oder mangelnder Informationen in der Breite nicht zutreffend einschätzen. NGOs und Medien bauschen Probleme auf und verunsichern die Menschen zusätzlich. Anhänger der Informationsdefizit-Hypothese schlagen deshalb eine Aufklärungs- und Informationsstrategie vor. Wissenschaftssoziologische Studien aus anderen Feldern (Kernenergie, Gentechnik etc.) zeigen, dass die Informationsdefizit-Hypothese eine verbreitete Annahme bei Experten in kritisch diskutierten Sektoren ist (Bauer, 2009). Fachleute, die viele Jahre in einer Branche tätig sind, gehen häufig davon aus, dass ihre Einschätzung alternativlos und andere Bewertungen durch Informationsmängel verursacht sein müssen. Die Informationsdefizit-Hypothese unterstellt also, dass ein mehr an Information quasi automatisch zu mehr Akzeptanz führt. Sie trifft allerdings nicht zu, wenn es sich bei der Kritik der Bevölkerung nicht um eine fehlerhafte sachliche Bewertung, sondern um einen Wertekonflikt handelt. Es ist daher wichtig zu analysieren, ob die Bevölkerung falsch über die aktuelle Situation der Tierhaltung informiert ist oder ob sie andere Vorstellungen von einer guten Tierhaltung hat.

Für die Informationsdefizit-Hypothese spricht der geringe Wissensstand der Bevölkerung über die moderne Tierhaltung. In aktuellen Gruppendiskussionen konnten Sonntag et al. feststellen, wie wenige Informationen insbesondere zur Schweine- und Geflügelhaltung vorliegen (Sonntag et al., 2016, Sonntag/Spiller, 2016). Nicht wenige Verbraucher artikulierten „Horrorvorstellungen“ darüber, wie sie sich die heutige Tierhaltung vorstellen. Die vielfältigen Skandalberichte in den Medien der letzten Jahre schlagen sich hier nieder.

Journalisten stehen mehrheitlich der Fleischwirtschaft kritisch gegenüber. Sie gehören hinsichtlich ihrer eigenen Einstellungen eher zu der Gruppe der postmateriellen Konsumenten mit hohen Ansprüchen an Tier- und Umweltschutz. Journalisten in Deutschland haben überdurchschnittliche Parteienpräferenzen für die Partei der „Grünen“. Auch im Internet dominieren in den sozialen Netzwerken besonders kritische Aktivistengruppen, z. B. aus der Tierschutzszene (Böhm et al., 2010). Insofern erhalten die Menschen aus den klassischen wie den neuen sozialen Medien ein verzerrtes Bild der heutigen Tierhaltung. Dies spricht zunächst für Chancen einer Informationskampagne der Branche.

Allerdings können auch gewichtige Argumente gegen die Informationsdefizit-Hypothese angeführt werden: Studien deuten darauf hin, dass auch realistische Bilder der heutigen Schweine- und Geflügelhaltung von den meisten Verbrauchern negativ bewertet werden (Weinrich et al., 2014; Busch et al., 2015a; Busch et al., 2015b). Zeigt man in Erhebungen reale, weder geschönte noch skandalisierte Bilder der üblichen Haltungsformen, dann werden diese von den meisten Menschen skeptisch eingeschätzt. Ähnliche Effekte lassen sich beobachten, wenn den Menschen Themen wie das Kupieren bei Schweinen bzw. Geflügel oder die Haltung von Sauen in Ferkelschutzkörben sachlich vorgestellt werden (Sonntag et al., 2016). Insofern würde die Kritik auch bestehen bleiben, wenn mehr Transparenz über die realen Erscheinungsformen der Tierhaltung bestünde. Es ist dann fraglich, ob eine Webcam im Stall wirklich hilfreich ist. Die Ablehnung begründet sich zumindest zu einem Teil auf einer anderen Bewertung vieler Verbraucher.

Nicht nur Verbraucher, sondern auch eine Reihe von Wissenschaftlern und Landwirte selbst sind teilweise unzufrieden mit der heutigen Tierhaltung, auch hier sehen viele deutlichen Verbesserungsmöglichkeiten. Aus ihrer Sicht gibt es Bedarf für mehr Tierschutz – wie viel notwendig oder sinnvoll ist, bleibt aber letztlich eine Frage von Werthaltungen und von Wertschöpfung der Produkte. Schließlich gibt es kaum Situationen, in denen die Verbraucher mit eindeutigen Informationen konfrontiert werden, in der Regel gibt es konkurrierende Darstellungen von Sachverhalten. So findet man bspw. bei einer Internetrecherche über Tierhaltung in der Regel zu allererst Informationen von Tierschutzverbänden, die meist negative Beispiele publizieren. Somit müssen sich die Probanden ein Urteil bilden, welchen Aussagen bzw. welchen Sendern sie Vertrauen schenken. Und hier hat die Agrar- und

Ernährungswirtschaft ein Glaubwürdigkeitsproblem (Spiller/Nitzko, 2014), so dass teure Informationskampagnen schnell ins Leere laufen können.

Wenn die o. g. Diagnose stimmt, wenn das Akzeptanzproblem ein Mix aus realen Tierschutzproblemen und veränderten Werthaltungen in Kombination mit einem massiven Vertrauensproblem ist, wird eine Aufklärungsstrategie allein nur bedingt fruchten. Zwar zeigen sich in Situationen wie z. B. bei einem Stallbesuch, bei dem ein Landwirt persönlich, glaubwürdig, authentisch und ohne Widerspruch sein Produktionssystem erklären kann, positive Effekte auf die Einstellung zur modernen Tierhaltung (Windhorst, 2015; Ermann et al., 2016; Ventura et al., 2016). Insgesamt jedoch deuten Forschungsarbeiten, die parallel Wissen über und Einstellungen zur Landwirtschaft erhoben haben, nicht darauf hin, dass besser informierte Verbraucher der modernen Nutztierhaltung positiver gegenüber stehen, teilweise sogar im Gegenteil (Delezie et al., 2006; Zander et al., 2013). Eine bessere Information der Öffentlichkeit wird daher nur einen kleinen Beitrag zur Lösung des Akzeptanzproblems in einer urbanen Gesellschaft leisten können. Und dies auch nur wenn es gelingt, dass die Botschaften von glaubwürdigen Sendern kommen.

Entschuldigung/Full Apology: Nach den Ergebnissen verschiedener Studien ist das Vertrauen in die Unternehmen der Fleischwirtschaft gering, die Reputation des Sektors eher schlecht (Albersmeier/Spiller, 2010). Dann werden Informationsmaßnahmen ohne begleitende Anstrengungen zum Vertrauensaufbau wenig bewirken (Priest et al., 2003). Bei einer Ausgangslage mit geringem Vertrauen empfiehlt die Kommunikationsforschung zunächst Maßnahmen zum Vertrauensaufbau. Kommunikationsbotschaften müssen Kritikpunkte wie z. B. den hohen Antibiotikaeinsatz offensiv aufgreifen und klare Botschaften vermitteln. Im Rahmen eines solchen problemorientierten, aktiven Handelns (Corrective Action) müssen deutliche Signale für eine Neuausrichtung gegeben werden, die in der Regel auch eine Verantwortungsübernahme bzw. Entschuldigung verlangen (Full Apology). Wer in der Defensive ist, muss, das zeigen Forschungen aus der Spieltheorie, riskante Vorleistungen bringen (z. B. nachprüfbar Versprechen, externe Kontrollen ermöglichen). Weitere wichtige Charakteristika von Vertrauensstrategien sind Offenheit und Transparenz im Handeln, Reflektion des eigenen Tuns, Demonstration von persönlichem Engagement und (Für-)Sorge, Dialogbereitschaft und Ernstnehmen der Argumente des Gegenübers. Analysen, wer als glaubwürdiger Sprecher wahrgenommen wird, verweisen weiterhin auf Kompetenz,

Erfahrung, Nähe zum Publikum, Beliebtheit, Humor und sogar physische Attraktivität als vertrauensbildende Faktoren (Goodwin/Dahlstrom, 2014). Sinnvoll ist zudem die Zusammenarbeit mit bekannten Testimonials und Bündnispartnern wie etwa kooperationsbereiten NGOs (trusted third parties; s. z. B. Kooperation von EDEKA und WWF). Unabhängige Ombudspersonen oder Gremien können glaubwürdiges Handeln institutionell absichern.

Wertekommunikation/Shared-Value: In einigen nordwesteuropäischen Ländern wie etwa den Niederlanden oder Deutschland ist die Kluft zwischen der Branche und der Gesellschaft bereits relativ tief. Hier wird die Wirtschaft möglicherweise umfassendere Schritte auf Bevölkerung und NGOs zumachen müssen, um Vertrauen zurückzugewinnen. Einzelne Verbesserungen, wenn sie der Branche als Resultat langjähriger kontroverser Debatten abgerungen werden, tragen weniger zum Vertrauensaufbau bei, da sie als reaktiv wahrgenommen werden. Hier sind ggf. deutliche Verbesserungen notwendig, um ein „Systemvertrauen“ wiederherzustellen. In den Kommunikationswissenschaften wird bei einer solchen Ausgangssituation überwiegend für dialogische Formen der Öffentlichkeitsarbeit plädiert (Grunig/Hunt, 1984). Da es sich bei Tierschutz um eine Auseinandersetzung um konkurrierende Werte handelt und damit um die Frage, wie die Gesellschaft mit Tieren umgehen möchte, ist es wichtig, dass die Agrarwirtschaft ihre eigenen Werte in den Prozess des gesellschaftlichen Wertewandels einbringt. Dazu eignen sich dialogische Formen der Kommunikation am besten, da hierbei alle Beteiligten Lernprozesse durchlaufen und Kompromisse wahrscheinlicher werden. Instrumente einer Dialogkommunikation finden sich auf den unterschiedlichen Ebenen des Politiksystems, von Mediationsverfahren bei Stallneubauten vor Ort über Runde Tische und Beiräte auf Branchenebene bis zu Enquete-Kommissionen des Bundestages (Spiller et al., 2015).

Dialogprozesse beruhen auf Veränderungsbereitschaft. Es muss darstellbare Fortschritte bei wesentlichen Problemfeldern geben, die von den zentralen Akteuren, wie etwa landwirtschaftlichen Verbänden oder den marktdominierenden Schlachtunternehmen, im Rahmen einer CSR-Strategie glaubwürdig kommuniziert werden, um aus der Defensive zu kommen. Das Shared-Value-Konzept von Porter/Kramer (2011) betont die Möglichkeiten, durch Innovationen Produkte zu entwickeln, die den Ansprüchen der Kunden besser entsprechen und die zugleich (oder deshalb) eine höhere Wertschöpfung für den Anbieter

erlauben (win-win-Situationen). Dieses Suchen nach gemeinsamen Werten ist unter Umständen auch mit größeren Umsteuerungen der Unternehmensstrategie verbunden („Radical Corporate Transformation“). Ein Beispiel für einen solchen Prozess der Unternehmenstransformation eines Fleischwarenherstellers stellt derzeit Rügenwalder dar, die mit Innovationen im Bereich der vegetarischen Angebote und einer klaren Konzentration ihrer Werbemaßnahmen auf diese neuen Produkte versuchen, das Image des Unternehmens grundlegend zu transformieren.

5 Fazit

Der obige Forschungsüberblick zeigt, dass die Erwartungen der Bevölkerung an die Nutztierhaltung relativ weitgehend sind. So dominiert bei den Verbrauchern der „Natural Living Frame“ mit entsprechend hohen Anforderungen an die Möglichkeiten der Tiere zum Ausleben artgerechten Verhaltens. Fortschritte in diesem Feld sind i. d. R. mit erheblichen Kosten verbunden. Die veränderte Mensch-Tier-Beziehung ist ein langfristiger Trend, der eine grundlegende Neuorientierung in der Strategie der Branche bedarf. Vieles deutet darauf hin, dass die zunächst verfolgten eher passiven Konzepte (low profiling) und die heute stärker genutzten Gegenangriffs-, Rechtfertigungs- und Aufklärungsstrategien nicht ausreichen werden, um aus der medialen Defensive zu kommen.

Der Stand der Forschung ist aber gerade im Bereich der Kommunikationskonzepte unzureichend. Wenig bekannt ist zum Beispiel das Verhältnis der Strategien untereinander. So ist es naheliegend, dass sich Gegenangriffsstrategien und Dialog tendenziell ausschließen, da letzteres Vertrauen voraussetzt. Allerdings gibt es bei Fragen der Tierhaltung NGOs aus dem Tierrechtsspektrum, die (weil Veganer) jede Form der Tierhaltung ablehnen und nicht kooperationsbereit sind. Die Frage, welcher Strategiemix vor diesem Hintergrund für Landwirtschaft und Ernährungsindustrie geeignet ist, kann derzeit von der Wissenschaft nicht abschließend beantwortet werden.

Aus Sicht der Autoren spricht aber vieles für eher proaktive, dialogorientierte Strategien. Insgesamt kann besonders die Landwirtschaft auf einer positiven Grundhaltung der Bevölkerung gegenüber der heimischen Produktion aufbauen. So kritisch auch Entwicklungen in der Tierhaltung bewertet werden, so positiv ist doch das Basisimage der Landwirte (Liebert, 2010). Tierhalter könnten entsprechend auf ihre berufsständischen

Organisationen und ihre Abnehmer in Industrie und Handel einwirken, das Thema Tierschutz mit Optimismus und im Vertrauen auf win-win-Effekte anzugehen. Vielen Tierhaltern ist der Tierschutz ebenfalls ein wichtiges Anliegen (Franz et al., 2012), sie würden gerne Verbesserungen umsetzen, wenn sie dazu realistische Optionen sehen, was die rege Teilnahme-Bereitschaft an der Initiative-Tierwohl zeigte.

Ein zentraler Punkt könnte darin liegen, ob es gelingt, die gesellschaftlich verbreitete Befürchtung einer negativen Korrelation zwischen Betriebsgröße und Tierwohl aufzulösen („Massentierhaltung“, Birner, 2012). Angesichts des starken Strukturwandels, der konzentrationsfördernden Wirkung von zusätzlichen Tierschutzauflagen und der beachtlichen economies of scale gibt es keinen einfachen Weg zurück zu einer kleinbetrieblichen Landwirtschaft. Da die Einstellung der Bevölkerung gegenüber Großbetrieben z. T. aber sehr negativ ist, stehen gerade die größeren landwirtschaftlichen Betriebe und große Unternehmen der Fleischwirtschaft vor der Herausforderung, über CSR- und Shared-Value-Aktivitäten Vertrauen in der Gesellschaft zurückzugewinnen. Neben den Verbänden sind es auch diese Unternehmen, die über Ressourcen für einen Ausbau der Kommunikation verfügen.

Danksagung

Die Förderung des Vorhabens erfolgt aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) aufgrund eines Beschlusses des deutschen Bundestages im Rahmen des Projektes SocialLab. Die Projektträgerschaft erfolgt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung.

Literatur

- Akaichi, F., Revoredo-Giha, C. (2016): Consumer views on “healthier” processed meat”, in: *British Food Journal* 118 (7), 1712-1730.
- Albersmeier, F., Spiller, A. (2010): Die Reputation der Fleischwirtschaft in der Gesellschaft: Eine Kausalanalyse, in: *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften e. V.* 45, 181-193.
- Auerbach, M. I., Glünder, G., Beyerbach, M., Weber, R. M. (2014): Varying antibody responses of laying hens housed in an aviary system and in furnished cages, in: *Berliner und Münchener Tierärztliche Wochenschrift* 127 (7/8), 267-273.
- Bartmer, C.-A. (2012): Unternehmerische Landwirtschaft zwischen Marktanforderungen und gesellschaftlichen Erwartungen in Deutschland aus Sicht der Landwirtschaft, in: *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V.*, 47, 5-10.
- Bauer, M. W. (2009): The evolution of public understanding of science - discourse and comparative evidence, in: *Science, technology and society* 14 (2), 221-240.
- Birner, R. (2012): Globale Entwicklungen bezüglich der gesellschaftlichen Akzeptanz moderner Landwirtschaft, in: *Landinfo* 3, 19-27.

- Böhm, J., Schulze, B. (2010): Der Milchstreik aus Medien- und Verbrauchersicht - Empirische Analyse auf Basis des Framing-Ansatzes, in: Kayser, M., Böhm, J., Spiller, A. (Hrsg.): Die Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit – Social Media als neue Herausforderung der PR. Cuvillier. Göttingen, 183-229.
- Böhm, J., Kayser, M., Spiller, A. (2010): Two Sides of the Same Coin? Analysis of the Web-Based Social Media with Regard to the Image of the Agri-Food Sector in Germany, in: International Journal on Food System Dynamics 1 (3), 264-278.
- Boogaard, B. K., Boekhorst, L. J. S., Oosting, S. J., Sørensen, J. T. (2011): Sociocultural sustainability of pig production: Citizen perceptions in the Netherlands and Denmark, in: Livestock Science 140, 189-200.
- Busch, C., Hamm, U. (2015): Trägt das Image der Landwirtschaft zu einer steigenden Zahl von Veganern bei? In: Edmund Rehwinkel-Stiftung (Hrsg.): Die Landwirtschaft im Spiegel von Verbrauchern und Gesellschaft, Schriftenreihe der Rentenbank 31, Frankfurt a.M., 37-65.
- Busch, G., Spiller, A. (2016): Farmer share and fair distribution in food chains from a consumer's perspective, in: Journal of Economic Psychology 55, 149-158.
- Busch, G., Schwetje, C., Spiller, A. (2015a): Bewertung der Tiergerechtigkeit in der intensiven Hähnchenmast durch Bürger anhand von Bildern: ein Survey Experiment, in: German Journal of Agricultural Economics 64 (3), 131-147.
- Busch, G., Gauly, S., Spiller, A. (2015b): Wie wirken Bilder aus der modernen Tierhaltung der Landwirtschaft auf Verbraucher? Neue Ansätze aus dem Bereich des Neuromarketings, in: Edmund Rehwinkel-Stiftung (Hrsg.): Die Landwirtschaft im Spiegel von Verbrauchern und Gesellschaft, Schriftenreihe der Rentenbank 31, Frankfurt a.M., 67-94.
- Busch, G., Kayser, M., Spiller, A. (2013): „Massentierhaltung“ aus VerbraucherInnen-sicht – Assoziationen und Einstellungen, in: Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie 22 (1), 61-70.
- Candel, J. J. L., Breeman, G. E., Stiller, S. J., Termeer, C. J. A. M. (2014): Disentangling the consensus frame of food security: The case of the EU Common Agricultural Policy reform debate, in: Food Policy 44, 47-58.
- Clark, B., Stewart, G. B., Panzone, L. A., Kyriazakis, I., Frewer, L. J. (2016): A Systematic Review of Public Attitudes, Perceptions and Behaviours Towards Production Diseases Associated with Farm Animal Welfare, in: Journal of Agricultural Environmental Ethics 29, 455-478.
- Coombs, W. T. (1999): Ongoing Crisis Communication. Planning, Managing, and Responding. Thousand Oaks: SAGE Publications Inc.
- Cordts, A., Nitzko, S., Spiller, A. (2014): Consumer Response to Negative Information on Meat Consumption in Germany, in: International Food and Agribusiness Management Review 17 Special Issue A, 83-106.
- DBV (Deutscher Bauernverband) (2014). Situationsbericht 2014/15. Trends und Fakten zur Landwirtschaft. Berlin.
- Deimel, I., Franz, A., Frentrup, M., v. Meyer, M., Spiller, A., Theuvsen, L. (2010): Perspektiven für ein europäisches Tierschutzlabel. URL: http://www.deutscher-tierschutzbund.org/fileadmin/user_upload/Downloads/Publikationen_andere/EU-Tierschutzlabel_Perspektiven_Uni_Goettingen.pdf. Abrufdatum: 19.10.2015.
- Delezie, E., Verbeke, W., De Tavernier, J., Decuyper, E. (2006): Consumers' preferences toward techniques for improving manual catching of poultry, in: Poultry Science 85, 2019-2027.
- Ermann, M., Graskemper, V., Spiller, A. (2016): Die Wirkung von geführten Stallbesichtigungen auf Bürger – Eine Fallstudie auf nordwestdeutschen Schweinemastbetrieben, in: Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band Nr. 52: Agrar- und Ernährungswirtschaft: Regional vernetzt und global erfolgreich (in press).
- Farm Animal Welfare Committee (2011): Economics and farm animal welfare. FAWC, London. URL: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/324964/FAWC_report_on_economics_and_farm_animal_welfare.pdf. Abrufdatum: 03.07.2015.
- Fraser, D. (2008): Understanding Animal Welfare, the Science in Its Cultural Context. UFAW, West Sussex, United Kingdom.
- Franz, A., Meyer, M. v., Spiller, A. (2010): Prospects for an European animal welfare label from the German perspective: supply chain barriers, in: International Journal on Foodsystem Dynamics 4, 318-329.
- Franz, A., Deimel, I., Spiller, A. (2012): Concerns about animal welfare: A cluster analysis of German pig farmers, in: British Food Journal 114 (10), 1445-1462.
- Gilmore, J. H., Pine, J.B. (2007): Authenticity. What Consumers Really Want, Harvard Business School Press, Boston, MA.

- Goodwin, J., Dahlstrom, M. F. (2014): Communication strategies for earning trust in climate change debates, *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change* 5 (1), 151-160.
- Grunig, J. E., Hunt, T. (1984): *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grethe, H. (2007): High animal welfare standards in the EU and international trade – How to prevent potential ‘low animal welfare havens’? In: *Food Policy* 32, 315-333.
- Harper, G. C., Henson, S. (2001): Consumer Concerns about Animal Welfare and the Impact on Food Choice, in: EU FAIR CT98-3678. Final report, Reading.
- Harvey, D., C. Hubbard. (2013): Reconsidering the political economy of farm animal welfare: An anatomy of market failure, in: *Food Policy* 38, 105-114.
- Heng, Y., Peterson, H. H., Li, X. (2013): Consumer attitudes toward farm-animal welfare: The case of laying hens, in: *Journal of Agricultural and Resource Economics* 38 (3), 418-434.
- Hirschman, A. O. (1970): *Exit, Voice and Loyalty. Responses to Decline in Firms, Organizations and States*. Harvard University Press, Cambridge MA.
- Hohl, B. F., Wolfschmidt, M. (2006): Vertretung der Verbraucherinteressen, in: Barlösius, E. und Rehaag, R. (Hrsg.). *Skandal oder Kontinuität: Anforderungen an eine öffentliche Ernährungskommunikation*. Veröffentlichungsreihe der Forschungsgruppe Public Health. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 95-99.
- Isermeyer, F. (2014): Künftige Anforderungen an die Landwirtschaft: Schlussfolgerungen für die Agrarpolitik. Thünen Working Paper 30, 1-35.
- Kayser, M., Böhm, J., Spiller, A. (2011): Die Agrar- und Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit – Eine Analyse der deutschen Qualitätspresse auf Basis der Framing-Theorie, in: *Yearbook of Socioeconomics in Agriculture* 4 (1), 59-83.
- Kayser, M., Schlieker, K., Spiller, A. (2012a): Die Wahrnehmung des Begriffs “Massentierhaltung“ aus Sicht der Gesellschaft, in: *Berichte über Landwirtschaft* 90 (3), 417-428.
- Kayser, M., Böhm, J., Spiller, A. (2012b): Zwischen Markt und Moral – Wie wird die deutsche Land- und Ernährungswirtschaft in der Gesellschaft wahrgenommen? In: *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V.* 47, 329-341.
- Lassen, J., Sandøe, P., Forkman, B. (2006): Happy pigs are dirty! Conflicting perspectives on animal welfare, in: *Livestock Science* 103, 221-230.
- Liebert, T. (2010): Das Image der Landwirtschaft: Ist und Wege zum Soll. Systematische Differenzierungen und kommunikationsstrategische Ableitungen aus empirischen Befunden, in: Böhm, J., Albersmeier, F., Spiller, A. (Hrsg.): *Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit*, Lohmar-Köln, 25-46
- McKendree, M. G. S., Cronos, C. C., Widmar, N. J. O. (2014): Effects of demographic factors and information sources on United States consumer perceptions of animal welfare, in: *Journal of Animal Science* 92, 3161-3173.
- Meyer-Hamme, S., Lambertz, C. (2016): Tierwohl hängt nicht von der Bestandsgröße ab, in: *Top agrar*6/2016.
- Miele, M., Veissier, I., Evans, A., Botreau, R. (2011): Animal welfare: establishing a dialogue between science and society, in: *Animal Welfare* 20, 103-117.
- Paharia, N., Keinan, A., Avery, J., Schor, J. B. (2011): “The underdog effect: the marketing of disadvantage and determination through brand biography”, in: *Journal of Consumer Research* 37 (5), 775-790.
- Porter, M. E., Kramer, M. R. (2011): *Creating Shared Value*. Harvard Business Review, Jan./Febr. Issue, 1-17.
- Priest, S. H., Bonfadelli, H., Rusanen, M. (2003): The “trust gap” hypothesis: predicting support for biotechnology across national cultures as a function of trust in actors, in: *Risk Analysis* 23, 751-766.
- Rehaag, R., Waskow, F. (2006): Ernährungskommunikation aus Sicht der Wissenschaft, in: Barlösius, E. und Rehaag, R. (Hrsg.). *Skandal oder Kontinuität: Anforderungen an eine öffentliche Ernährungskommunikation*. Veröffentlichungsreihe der Forschungsgruppe Public Health. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 21-37.
- Schulze, H., Böhm, J., Kleinschmit, D., Spiller, A., Nowak, D. (2008): Öffentliche Wahrnehmung der Primärverantwortung für Lebensmittelsicherheit: Eine Medienanalyse der Gammelfleisch-skandale, in: *Agrarwirtschaft* 57 (7), 334-345.
- Schulze, B., Deimel, I. (2012): Conflicts between agriculture and society: the role of lobby groups in the animal welfare discussion and their impact on meat consumption. Paper presented at the 22th Annual IFAMA World Forum and Symposium, 10.-14. June 2012, Shanghai.

- Sidali, K. L., Hemmerling, S. (2014): Developing an authenticity model of traditional food specialties, in: *British Food Journal* 116 (11), 1692-1709.
- Spiller, A., Kayser, M., Böhm, J. (2012): Unternehmerische Landwirtschaft zwischen Marktanforderungen und gesellschaftlichen Erwartungen in Deutschland aus Sicht der Forschung, in: *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V.* 47, 11-22.
- Spiller, A., Gauuly, M., Balmann, A., Bauhus, J., Birner, R., Bokelmann, W., Christen, O., Entenmann, S., Grethe, H., Knierim, U., Latacz-Lohmann, U., Martinez, J., Nieberg, H., Qaim, M., Taube, F., Tenhagen B.-A., Weingarten, P. (2015): Wege zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung, Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, in: *Berichte über Landwirtschaft, Sonderheft* 221.
- Sonntag, W. Kaiser, A., Meyer-Höfer, M. v., Spiller A. (2016): Wie Ansprüche der Gesellschaft in Veränderungsprozesse einbinden? Konfrontation von Verbrauchern mit Zielkonflikten aus der Schweinhaltung. *Berichte über Landwirtschaft* (in press).
- Sonntag, W., Spiller A., (2016): Gedankenkäfige, in: *Agrarmanager* 7/2016.
- Spooner, J. M., Schuppli, C. A., Fraser, D. (2014): Attitudes of Canadian citizens toward farm animal welfare: A qualitative study, in: *Livestock Science* 163, 150–158.
- Te Velde, H., Aarts, N., van Woerkum, C. (2002): Dealing with ambivalence: Farmers' and consumers' perception of animal welfare in livestock breeding, in: *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 15, 203-219.
- Thompson, P. B., Appleby, M., Busch, L., Kalof, L., Miele, M., Norwood, B. F., Pajor, E. (2011): Values and public acceptability dimensions of sustainable egg production, in: *Poultry Science* 90, 2097-2109.
- Tscharntke, T., Clough, Y., Wanger, T. C., Jackson, L., Motzke, I., Perfecto, I., Vandermeer, J., Whitbread, A. (2012): Global food security, biodiversity conservation and the future of agricultural intensification. *Biological Conservation* 151, 53-59.
- Vanhonacker, F., Verbeke, W. (2014): Public and consumer policies for higher welfare food products: Challenges and opportunities, in: *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 27, 153-171.
- Vanhonacker, F., Verbeke, W., Tuytens, F. (2009): Belgian consumers' attitude towards surgical castration and immunocastration of piglets, in: *Animal Welfare* 18, 371-380.
- Vanhonacker, F., Verbeke, W., Van Poucke, E., Pieniak, Z., Nijs, G., Tuytens, F. (2012): The Concept of Farm Animal Welfare: Citizen Perceptions and Stakeholder Opinion in Flanders, Belgium, in: *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 25 (1), 79-101.
- Ventura, B. A., von Keyserlingk, M. A. G., Wittman, H., Weary, D. M. (2016): What Difference Does a Visit Make? Changes in Animal Welfare Perceptions after Interested Citizens Tour a Dairy Farm, in: *PLoS ONE* 11(5): e0154733. doi:10.1371/journal.pone.0154733
- Verbeke, W. (2009): Stakeholders, citizens and consumer interest in farm animal welfare, in: *Animal Welfare* 18, 325–333.
- Weber, R. M., Nogossek, M., Sander, I., Wandt, B., Neumann, U., Glünder, G. (2003): Untersuchungen zum Gesundheitsstatus von Legehennen in ausgestalteten Käfigen im Vergleich zu Tieren in konventioneller Käfig- und Bodenhaltung, in: *Veterinary Medicine Austria* 90, 257-266.
- Weinrich, R., Kühl, S., Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2014): Consumer Attitudes in Germany towards Different Dairy Housing Systems and Their Implications for the Marketing of Pasture Raised Milk, in: *International Food and Agribusiness Management Review* 17 (4), 205-221.
- Weinrich, R., Kühl, S., Franz, A., Spiller, A. (2015): Consumer preferences for high welfare meat: self-service counter or service counter? In: *International Journal of Food System Dynamics* 6 (1), 32-49.
- Zander, K., Isermeyer, F., Bürgelt, D., Christoph-Schulz, I., Salamon, P., Weible, D. (2013): Erwartungen der Gesellschaft an die Landwirtschaft. Gutachten im Auftrag der Stiftung Westfälische Landschaft. vTI, Braunschweig.
- Zühlsdorf, A., Kühl, S., Gauuly, S., Spiller, A. (2016): Wie wichtig ist Verbrauchern das Thema Tierschutz? Präferenzen, Verantwortlichkeiten, Handlungskompetenzen und Politikoptionen - Kommentiertes Chartbook zur repräsentativen Umfrage, Göttingen.



Diskussionspapiere

2000 bis 31. Mai 2006

Institut für Agrarökonomie

Georg-August-Universität, Göttingen

<u>2000</u>		
0001	Brandes, W.	Über Selbstorganisation in Planspielen: ein Erfahrungsbericht, 2000
0002	von Cramon-Taubadel, S. u. J. Meyer	Asymmetric Price Transmission: Factor Artefact?, 2000
<u>2001</u>		
0101	Leserer, M.	Zur Stochastik sequentieller Entscheidungen, 2001
0102	Molua, E.	The Economic Impacts of Global Climate Change on African Agriculture, 2001
0103	Birner, R. et al.	„Ich kaufe, also will ich?": eine interdisziplinäre Analyse der Entscheidung für oder gegen den Kauf besonders tier- u. umweltfreundlich erzeugter Lebensmittel, 2001
0104	Wilkens, I.	Wertschöpfung von Großschutzgebieten: Befragung von Besuchern des Nationalparks Unteres Odertal als Baustein einer Kosten-Nutzen-Analyse, 2001
<u>2002</u>		
0201	Grethe, H.	Optionen für die Verlagerung von Haushaltsmitteln aus der ersten in die zweite Säule der EU-Agrarpolitik, 2002
0202	Spiller, A. u. M. Schramm	Farm Audit als Element des Midterm-Review : zugleich ein Beitrag zur Ökonomie von Qualitätssicherungssystemen, 2002
<u>2003</u>		
0301	Lüth, M. et al.	Qualitätssignaling in der Gastronomie, 2003
0302	Jahn, G., M. Peupert u. A. Spiller	Einstellungen deutscher Landwirte zum QS-System: Ergebnisse einer ersten Sondierungsstudie, 2003
0303	Theuvsen, L.	Kooperationen in der Landwirtschaft: Formen, Wirkungen und aktuelle Bedeutung, 2003

0304	Jahn, G.	Zur Glaubwürdigkeit von Zertifizierungssystemen: eine ökonomische Analyse der Kontrollvalidität, 2003
<u>2004</u>		
0401	Meyer, J. u. S. von Cramon-Taubadel	Asymmetric Price Transmission: a Survey, 2004
0402	Barkmann, J. u. R. Marggraf	The Long-Term Protection of Biological Diversity: Lessons from Market Ethics, 2004
0403	Bahrs, E.	VAT as an Impediment to Implementing Efficient Agricultural Marketing Structures in Transition Countries, 2004
0404	Spiller, A., T. Staack u. A. Zühlsdorf	Absatzwege für landwirtschaftliche Spezialitäten: Potenziale des Mehrkanalvertriebs, 2004
0405	Spiller, A. u. T. Staack	Brand Orientation in der deutschen Ernährungswirtschaft: Ergebnisse einer explorativen Online-Befragung, 2004
0406	Gerlach, S. u. B. Köhler	Supplier Relationship Management im Agribusiness: ein Konzept zur Messung der Geschäftsbeziehungsqualität, 2004
0407	Inderhees, P. et al.	Determinanten der Kundenzufriedenheit im Fleischerfachhandel
0408	Lüth, M. et al.	Köche als Kunden: Direktvermarktung landwirtschaftlicher Spezialitäten an die Gastronomie, 2004
<u>2005</u>		
0501	Spiller, A., J. Engelken u. S. Gerlach	Zur Zukunft des Bio-Fachhandels: eine Befragung von Bio-Intensivkäufern, 2005
0502	Groth, M.	Verpackungsabgaben und Verpackungslizenzen als Alternative für ökologisch nachteilige Einweggetränkeverpackungen? Eine umweltökonomische Diskussion, 2005
0503	Freese, J. u. H. Steinmann	Ergebnisse des Projektes 'Randstreifen als Strukturelemente in der intensiv genutzten Agrarlandschaft Wolfenbüttels', Nichtteilnehmerbefragung NAU 2003, 2005
0504	Jahn, G., M. Schramm u. A. Spiller	Institutional Change in Quality Assurance: the Case of Organic Farming in Germany, 2005

0505	Gerlach, S., R. Kennerknecht u. A. Spiller	Die Zukunft des Großhandels in der Bio-Wertschöpfungskette, 2005
<u>2006</u>		
0601	Heß, S., H. Bergmann u. L. Sudmann	Die Förderung alternativer Energien: eine kritische Bestandsaufnahme, 2006
0602	Gerlach, S. u. A. Spiller	Anwohnerkonflikte bei landwirtschaftlichen Stallbauten: Hintergründe und Einflussfaktoren; Ergebnisse einer empirischen Analyse, 2006
0603	Glenk, K.	Design and Application of Choice Experiment Surveys in So-Called Developing Countries: Issues and Challenges,
0604	Bolten, J., R. Kennerknecht u. A. Spiller	Erfolgsfaktoren im Naturkostfachhandel: Ergebnisse einer empirischen Analyse, 2006 (entfällt)
0605	Hasan, Y.	Einkaufsverhalten und Kundengruppen bei Direktvermarktern in Deutschland: Ergebnisse einer empirischen Analyse, 2006
0606	Lülf, F. u. A. Spiller	Kunden(un-)zufriedenheit in der Schulverpflegung: Ergebnisse einer vergleichenden Schulbefragung, 2006
0607	Schulze, H., F. Albersmeier u. A. Spiller	Risikoorientierte Prüfung in Zertifizierungssystemen der Land- und Ernährungswirtschaft, 2006
<u>2007</u>		
0701	Buchs, A. K. u. J. Jasper	For whose Benefit? Benefit-Sharing within Contractual ABC-Agreements from an Economic Perspective: the Example of Pharmaceutical Bioprospection, 2007
0702	Böhm, J. et al.	Preis-Qualitäts-Relationen im Lebensmittelmarkt: eine Analyse auf Basis der Testergebnisse Stiftung Warentest, 2007
0703	Hurlin, J. u. H. Schulze	Möglichkeiten und Grenzen der Qualitäts-sicherung in der Wildfleischvermarktung, 2007
Ab Heft 4, 2007:		Diskussionspapiere (Discussion Papers), Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung Georg-August-Universität, Göttingen (ISSN 1865-2697)
0704	Stockebrand, N. u. A. Spiller	Agrarstudium in Göttingen: Fakultätsimage und Studienwahlentscheidungen; Erstsemesterbefragung im WS 2006/2007

0705	Bahrs, E., J.-H. Held u. J. Thiering	Auswirkungen der Bioenergieproduktion auf die Agrarpolitik sowie auf Anreizstrukturen in der Landwirtschaft: eine partielle Analyse bedeutender Fragestellungen anhand der Beispielregion Niedersachsen
0706	Yan, J., J. Barkmann u. R. Marggraf	Chinese tourist preferences for nature based destinations – a choice experiment analysis
<u>2008</u>		
0801	Joswig, A. u. A. Zühlsdorf	Marketing für Reformhäuser: Senioren als Zielgruppe
0802	Schulze, H. u. A. Spiller	Qualitätssicherungssysteme in der europäischen Agri-Food Chain: Ein Rückblick auf das letzte Jahrzehnt
0803	Gille, C. u. A. Spiller	Kundenzufriedenheit in der Pensionspferdehaltung: eine empirische Studie
0804	Voss, J. u. A. Spiller	Die Wahl des richtigen Vertriebswegs in den Vorleistungsindustrien der Landwirtschaft – Konzeptionelle Überlegungen und empirische Ergebnisse
0805	Gille, C. u. A. Spiller	Agrarstudium in Göttingen. Erstsemester- und Studienverlaufsbefragung im WS 2007/2008
0806	Schulze, B., C. Wocken u. A. Spiller	(Dis)loyalty in the German dairy industry. A supplier relationship management view Empirical evidence and management implications
0807	Brümmer, B., U. Köster u. J.-P. Loy	Tendenzen auf dem Weltgetreidemarkt: Anhaltender Boom oder kurzfristige Spekulationsblase?
0808	Schlecht, S., F. Albersmeier u. A. Spiller	Konflikte bei landwirtschaftlichen Stallbauprojekten: Eine empirische Untersuchung zum Bedrohungspotential kritischer Stakeholder
0809	Lülf-Baden, F. u. A. Spiller	Steuerungsmechanismen im deutschen Schulverpflegungsmarkt: eine institutionenökonomische Analyse
0810	Deimel, M., L. Theuvsen u. C. Ebbeskotte	Von der Wertschöpfungskette zum Netzwerk: Methodische Ansätze zur Analyse des Verbundsystems der Veredelungswirtschaft Nordwestdeutschlands
0811	Albersmeier, F. u. A. Spiller	Supply Chain Reputation in der Fleischwirtschaft
<u>2009</u>		
0901	Bahlmann, J., A. Spiller u. C.-H. Plumeyer	Status quo und Akzeptanz von Internet-basierten Informationssystemen: Ergebnisse einer empirischen

		Analyse in der deutschen Veredelungswirtschaft
0902	Gille, C. u. A. Spiller	Agrarstudium in Göttingen. Eine vergleichende Untersuchung der Erstersemester der Jahre 2006-2009
0903	Gawron, J.-C. u. L. Theuvsen	„Zertifizierungssysteme des Agribusiness im interkulturellen Kontext – Forschungsstand und Darstellung der kulturellen Unterschiede“
0904	Raupach, K. u. R. Marggraf	Verbraucherschutz vor dem Schimmelpilzgift Deoxynivalenol in Getreideprodukten Aktuelle Situation und Verbesserungsmöglichkeiten
0905	Busch, A. u. R. Marggraf	Analyse der deutschen globalen Waldpolitik im Kontext der Klimarahmenkonvention und des Übereinkommens über die Biologische Vielfalt
0906	Zschache, U., S. von Cramon-Taubadel u. L. Theuvsen	Die öffentliche Auseinandersetzung über Bioenergie in den Massenmedien - Diskursanalytische Grundlagen und erste Ergebnisse
0907	Onumah, E. E., G. Hoerstgen-Schwark u. B. Brümmer	Productivity of hired and family labour and determinants of technical inefficiency in Ghana's fish farms
0908	Onumah, E. E., S. Wessels, N. Wildenhayn, G. Hoerstgen-Schwark u. B. Brümmer	Effects of stocking density and photoperiod manipulation in relation to estradiol profile to enhance spawning activity in female Nile tilapia
0909	Steffen, N., S. Schlecht u. A. Spiller	Ausgestaltung von Milchlieferverträgen nach der Quote
0910	Steffen, N., S. Schlecht u. A. Spiller	Das Preisfindungssystem von Genossenschaftsmolkereien
0911	Granoszewski, K., C. Reise, A. Spiller u. O. Mußhoff	Entscheidungsverhalten landwirtschaftlicher Betriebsleiter bei Bioenergie-Investitionen - Erste Ergebnisse einer empirischen Untersuchung -
0912	Albersmeier, F., D. Mörlein u. A. Spiller	Zur Wahrnehmung der Qualität von Schweinefleisch beim Kunden
0913	Ihle, R., B. Brümmer u. S. R. Thompson	Spatial Market Integration in the EU Beef and Veal Sector: Policy Decoupling and Export Bans
<u>2010</u>		
1001	Heß, S., S. von Cramon-Taubadel u. S. Sperlich	Numbers for Pascal: Explaining differences in the estimated Benefits of the Doha Development Agenda
1002	Deimel, I., J. Böhm u. B. Schulze	Low Meat Consumption als Vorstufe zum Vegetarismus? Eine qualitative Studie zu den

		Motivstrukturen geringen Fleischkonsums
1003	Franz, A. u. B. Nowak	Functional food consumption in Germany: A lifestyle segmentation study
1004	Deimel, M. u. L. Theuvsen	Standortvorteil Nordwestdeutschland? Eine Untersuchung zum Einfluss von Netzwerk- und Clusterstrukturen in der Schweinefleischerzeugung
1005	Niens, C. u. R. Marggraf	Ökonomische Bewertung von Kindergesundheit in der Umweltpolitik - Aktuelle Ansätze und ihre Grenzen
1006	Hellberg-Bahr, A., M. Pfeuffer, N. Steffen, A. Spiller u. B. Brümmer	Preisbildungssysteme in der Milchwirtschaft -Ein Überblick über die Supply Chain Milch
1007	Steffen, N., S. Schlecht, H-C. Müller u. A. Spiller	Wie viel Vertrag braucht die deutsche Milchwirtschaft?- Erste Überlegungen zur Ausgestaltung des Contract Designs nach der Quote aus Sicht der Molkereien
1008	Prehn, S., B. Brümmer u. S. R. Thompson	Payment Decoupling and the Intra – European Calf Trade
1009	Maza, B., J. Barkmann, F. von Walter u. R. Marggraf	Modelling smallholders production and agricultural income in the area of the Biosphere reserve “Podocarpus - El Cóndor”, Ecuador
1010	Busse, S., B. Brümmer u. R. Ihle	Interdependencies between Fossil Fuel and Renewable Energy Markets: The German Biodiesel Market
<u>2011</u>		
1101	Mylius, D., S. Küest, C. Klapp u. L. Theuvsen	Der Großvieheinheitenschlüssel im Stallbaurecht - Überblick und vergleichende Analyse der Abstandsregelungen in der TA Luft und in den VDI-Richtlinien
1102	Klapp, C., L. Obermeyer u. F. Thoms	Der Vieheinheitenschlüssel im Steuerrecht - Rechtliche Aspekte und betriebswirtschaftliche Konsequenzen der Gewerblichkeit in der Tierhaltung
1103	Göser, T., L. Schroeder u. C. Klapp	Agrarumweltprogramme: (Wann) lohnt sich die Teilnahme für landwirtschaftliche Betriebe?
1104	Plumeyer, C.-H., F. Albersmeier, M. Freiherr von Oer, C. H. Emmann	Der niedersächsische Landpachtmarkt: Eine empirische Analyse aus Pächtersicht

	u. L. Theuvsen	
1105	Voss, A. u. L. Theuvsen	Geschäftsmodelle im deutschen Viehhandel: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Ergebnisse
1106	Wendler, C., S. von Cramon-Taubadel, H. de Haen, C. A. Padilla Bravo u. S. Jrad	Food security in Syria: Preliminary results based on the 2006/07 expenditure survey
1107	Prehn, S. u. B. Brümmer	Estimation Issues in Disaggregate Gravity Trade Models
1108	Recke, G., L. Theuvsen, N. Venhaus u. A. Voss	Der Viehhandel in den Wertschöpfungsketten der Fleischwirtschaft: Entwicklungstendenzen und Perspektiven
1109	Prehn, S. u. B. Brümmer	“Distorted Gravity: The Intensive and Extensive Margins of International Trade”, revisited: An Application to an Intermediate Melitz Model
<u>2012</u>		
1201	Kayser, M., C. Gille, K. Suttorp u. A. Spiller	Lack of pupils in German riding schools? – A causal-analytical consideration of customer satisfaction in children and adolescents
1202	Prehn, S. u. B. Brümmer	Bimodality & the Performance of PPML
1203	Tangermann, S.	Preisanstieg am EU-Zuckermarkt: Bestimmungsgründe und Handlungsmöglichkeiten der Marktpolitik
1204	Würriehausen, N., S. Lakner u. Rico Ihle	Market integration of conventional and organic wheat in Germany
1205	Heinrich, B.	Calculating the Greening Effect – a case study approach to predict the gross margin losses in different farm types in Germany due to the reform of the CAP
1206	Prehn, S. u. B. Brümmer	A Critical Judgement of the Applicability of ‘New New Trade Theory’ to Agricultural: Structural Change, Productivity, and Trade
1207	Marggraf, R., P. Masius u. C. Rumpf	Zur Integration von Tieren in wohlfahrtsökonomischen Analysen
1208	S. Lakner, B. Brümmer, S. von Cramon-Taubadel	Der Kommissionsvorschlag zur GAP-Reform 2013 - aus Sicht von Göttinger und Witzenhäuser

	J. Heß, J. Isselstein, U. Liebe, R. Marggraf, O. Mußhoff, L. Theuvsen, T. Tschardtke, C. Westphal u. G. Wiese	Agrarwissenschaftler(inne)n
1209	Prehn, S., B. Brümmer u. T. Glauben	Structural Gravity Estimation & Agriculture
1210	Prehn, S., B. Brümmer u. T. Glauben	An Extended Viner Model: Trade Creation, Diversion & Reduction
1211	Salidas, R. u. S. von Cramon-Taubadel	Access to Credit and the Determinants of Technical Inefficiency among Specialized Small Farmers in Chile
1212	Steffen, N. u. A. Spiller	Effizienzsteigerung in der Wertschöpfungskette Milch ? -Potentiale in der Zusammenarbeit zwischen Milcherzeugern und Molkereien aus Landwirtssicht
1213	Mußhoff, O., A. Tegtmeier u. N. Hirschauer	Attraktivität einer landwirtschaftlichen Tätigkeit - Einflussfaktoren und Gestaltungsmöglichkeiten
<u>2013</u>		
1301	Lakner, S., C. Holst u. B. Heinrich	Reform der Gemeinsamen Agrarpolitik der EU 2014 - mögliche Folgen des Greenings für die niedersächsische Landwirtschaft
1302	Tangermann, S. u. S. von Cramon-Taubadel	Agricultural Policy in the European Union : An Overview
1303	Granoszewski, K. u. A. Spiller	Langfristige Rohstoffsicherung in der Supply Chain Biogas : Status Quo und Potenziale vertraglicher Zusammenarbeit
1304	Lakner, S., C. Holst, B. Brümmer, S. von Cramon- Taubadel, L. Theuvsen, O. Mußhoff u. T. Tschardtke	Zahlungen für Landwirte an gesellschaftliche Leistungen koppeln! - Ein Kommentar zum aktuellen Stand der EU-Agrarreform
1305	Prechtel, B., M. Kayser u. L. Theuvsen	Organisation von Wertschöpfungsketten in der Gemüseproduktion : das Beispiel Spargel
1306	Anastassiadis, F., J.-H. Feil, O. Musshoff u. P. Schilling	Analysing farmers' use of price hedging instruments : an experimental approach
1307	Holst, C. u. S. von Cramon- Taubadel	Trade, Market Integration and Spatial Price Transmission on EU Pork Markets following Eastern Enlargement

1308	Granoszewki, K., S. Sander, V. M. Aufmkolk u. A. Spiller	Die Erzeugung regenerativer Energien unter gesellschaftlicher Kritik : Akzeptanz von Anwohnern gegenüber der Errichtung von Biogas- und Windenergieanlagen
<u>2014</u>		
1401	Lakner, S., C. Holst, J. Barkmann, J. Isselstein u. A. Spiller	Perspektiven der Niedersächsischen Agrarpolitik nach 2013 : Empfehlungen Göttinger Agrarwissenschaftler für die Landespolitik
1402	Müller, K., Mußhoff, O. u. R. Weber	The More the Better? How Collateral Levels Affect Credit Risk in Agricultural Microfinance
1403	März, A., N. Klein, T. Kneib u. O. Mußhoff	Analysing farmland rental rates using Bayesian geoadditive quantile regression
1404	Weber, R., O. Mußhoff u. M. Petrick	How flexible repayment schedules affect credit risk in agricultural microfinance
1405	Haverkamp, M., S. Henke, C., Kleinschmitt, B. Möhring, H., Müller, O. Mußhoff, L., Rosenkranz, B. Seintsch, K. Schlosser u. L. Theuvsen	Vergleichende Bewertung der Nutzung von Biomasse : Ergebnisse aus den Bioenergieregionen Göttingen und BERTA
1406	Wolbert-Haverkamp, M. u. O. Musshoff	Die Bewertung der Umstellung einer einjährigen Ackerkultur auf den Anbau von Miscanthus – Eine Anwendung des Realoptionsansatzes
1407	Wolbert-Haverkamp, M., J.-H. Feil u. O. Musshoff	The value chain of heat production from woody biomass under market competition and different incentive systems: An agent-based real options model
1408	Ikinger, C., A. Spiller u. K. Wiegand	Reiter und Pferdebesitzer in Deutschland (Facts and Figures on German Equestrians)
1409	Mußhoff, O., N. Hirschauer, S. Grüner u. S. Pielsticker	Der Einfluss begrenzter Rationalität auf die Verbreitung von Wetterindexversicherungen : Ergebnisse eines internetbasierten Experiments mit Landwirten
1410	Spiller, A. u. B. Goetzke	Zur Zukunft des Geschäftsmodells Markenartikel im Lebensmittelmarkt
1411	Wille, M.	„Manche haben es satt, andere werden nicht satt“ : Anmerkungen zur polarisierten Auseinandersetzung um Fragen des globalen Handels und der Welternährung
1412	Müller, J., J. Oehmen, I. Janssen u. L. Theuvsen	Sportlermarkt Galopprennsport : Zucht und Besitz des Englischen Vollbluts

<u>2015</u>		
1501	Hartmann, L. u. A. Spiller	Luxusaffinität deutscher Reitsportler : Implikationen für das Marketing im Reitsportsegment
1502	Schneider, T., L. Hartmann u. A. Spiller	Luxusmarketing bei Lebensmitteln : eine empirische Studie zu Dimensionen des Luxuskonsums in der Bundesrepublik Deutschland
1503	Würriehausen, N. u. S. Lakner	Stand des ökologischen Strukturwandels in der ökologischen Landwirtschaft
1504	Emmann, C. H., D. Surmann u. L. Theuvsen	Charakterisierung und Bedeutung außerlandwirtschaftlicher Investoren : empirische Ergebnisse aus Sicht des landwirtschaftlichen Berufsstandes
1505	Buchholz, M., G. Host u. Oliver Mußhoff	Water and Irrigation Policy Impact Assessment Using Business Simulation Games : Evidence from Northern Germany
1506	Hermann, D., O. Mußhoff u. D. Rüter	Measuring farmers' time preference : A comparison of methods
1507	Riechers, M., J. Barkmann u. T. Tschardt	Bewertung kultureller Ökosystemleistungen von Berliner Stadtgrün entlang eines urbanen-periurbanen Gradienten
1508	Lakner, S., S. Kirchwegger, D. Hopp, B. Brümmer u. J. Kantelhardt	Impact of Diversification on Technical Efficiency of Organic Farming in Switzerland, Austria and Southern Germany
1509	Sauthoff, S., F. Anastassiadis u. O. Mußhoff	Analyzing farmers' preferences for substrate supply contracts for sugar beets
1510	Feil, J.-H., F. Anastassiadis, O. Mußhoff u. P. Kasten	Analyzing farmers' preferences for collaborative arrangements : an experimental approach
1511	Weinrich, R., u. A. Spiller	Developing food labelling strategies with the help of extremeness aversion
1512	Weinrich, R., A. Franz u. A. Spiller	Multi-level labelling : too complex for consumers?
1513	Niens, C., R. Marggraf u. F. Hoffmeister	Ambulante Pflege im ländlichen Raum : Überlegungen zur effizienten Sicherstellung von Bedarfsgerechtigkeit
1514	Sauter, P., D. Hermann u. O. Mußhoff	Risk attitudes of foresters, farmers and students : An experimental multimethod comparison
<u>2016</u>		
1601	Magrini, E., J. Balie; C. Morales Opazo	Price signals and supply responses for staple food crops in SSAS countries

1602	Feil, J.-H.	Analyzing investment and disinvestment decisions under uncertainty, firm-heterogeneity and tradable output permits
1603	Sonntag, W. u. A. Spiller	Prozessqualitäten in der WTO : Ein Vorschlag für die reliable Messung von moralischen Bedenken
1604	Wiegand, K.	Marktorientierung von Reitschulen – zwischen Vereinsmanagement und Dienstleistungsmarketing
1605	Ikinge, Christina-Maria u. A. Spiller	Tierwohlbewusstsein und –verhalten von Reitern : Die Entwicklung eines Modells für das Tierwohlbewusstsein und –verhalten im Reitsport
1606	Zinngrebe, Yves	Incorporating Biodiversity Conservation in Peruvian Development : A history with different episodes
1607	Balié, J., E. Magrini u. C. Morales Opazo	Cereal Price Shocks and Volatility in Sub-Saharan Africa : what does really matter for Farmers' Welfare?



Diskussionspapiere

2000 bis 31. Mai 2006:

Institut für Rurale Entwicklung

Georg-August-Universität, Göttingen)

Ed. Winfried Manig (ISSN 1433-2868)

32	Dirks, Jörg J.	Einflüsse auf die Beschäftigung in nahrungsmittelverarbeitenden ländlichen Kleinindustrien in West-Java/Indonesien, 2000
33	Keil, Alwin	Adoption of Leguminous Tree Fallows in Zambia, 2001
34	Schott, Johanna	Women's Savings and Credit Co-operatives in Madagascar, 2001
35	Seeberg-Elberfeldt, Christina	Production Systems and Livelihood Strategies in Southern Bolivia, 2002
36	Molua, Ernest L.	Rural Development and Agricultural Progress: Challenges, Strategies and the Cameroonian Experience, 2002
37	Demeke, Abera Birhanu	Factors Influencing the Adoption of Soil Conservation Practices in Northwestern Ethiopia, 2003
38	Zeller, Manfred u. Julia Johannsen	Entwicklungshemmnisse im afrikanischen Agrarsektor: Erklärungsansätze und empirische Ergebnisse, 2004
39	Yustika, Ahmad Erani	Institutional Arrangements of Sugar Cane Farmers in East Java – Indonesia: Preliminary Results, 2004
40	Manig, Winfried	Lehre und Forschung in der Sozialökonomie der Ruralen Entwicklung, 2004
41	Hebel, Jutta	Transformation des chinesischen Arbeitsmarktes: gesellschaftliche Herausforderungen des Beschäftigungswandels, 2004
42	Khan, Mohammad Asif	Patterns of Rural Non-Farm Activities and Household Access to Informal Economy in Northwest Pakistan, 2005

43	Yustika, Ahmad Erani	Transaction Costs and Corporate Governance of Sugar Mills in East Java, Indovesia, 2005
44	Feulefack, Joseph Florent, Manfred Zeller u. Stefan Schwarze	Accuracy Analysis of Participatory Wealth Ranking (PWR) in Socio-economic Poverty Comparisons, 2006



Die Wurzeln der **Fakultät für Agrarwissenschaften** reichen in das 19. Jahrhundert zurück. Mit Ausgang des Wintersemesters 1951/52 wurde sie als siebente Fakultät an der Georgia-Augusta-Universität durch Ausgliederung bereits existierender landwirtschaftlicher Disziplinen aus der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät etabliert.

1969/70 wurde durch Zusammenschluss mehrerer bis dahin selbständiger Institute das **Institut für Agrarökonomie** gegründet. Im Jahr 2006 wurden das Institut für Agrarökonomie und das Institut für RURALE ENTWICKLUNG zum heutigen **Department für Agrarökonomie und RURALE ENTWICKLUNG** zusammengeführt.

Das Department für Agrarökonomie und RURALE ENTWICKLUNG besteht aus insgesamt neun Lehrstühlen zu den folgenden Themenschwerpunkten:

- Agrarpolitik
- Betriebswirtschaftslehre des Agribusiness
- Internationale Agrarökonomie
- Landwirtschaftliche Betriebslehre
- Landwirtschaftliche Marktlehre
- Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte
- Soziologie Ländlicher Räume
- Umwelt- und Ressourcenökonomik
- Welternährung und rurale Entwicklung

In der Lehre ist das Department für Agrarökonomie und RURALE ENTWICKLUNG führend für die Studienrichtung Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus sowie maßgeblich eingebunden in die Studienrichtungen Agribusiness und Ressourcenmanagement. Das Forschungsspektrum des Departments ist breit gefächert. Schwerpunkte liegen sowohl in der Grundlagenforschung als auch in angewandten Forschungsbereichen. Das Department bildet heute eine schlagkräftige Einheit mit international beachteten Forschungsleistungen.

Georg-August-Universität Göttingen
Department für Agrarökonomie und RURALE ENTWICKLUNG
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
Tel. 0551-39-4819
Fax. 0551-39-12398
Mail: bibliol@gwdg.de
Homepage : <http://www.uni-goettingen.de/de/18500.html>