

Industrielle Landwirtschaft im Fokus der medialen Gesellschaft



Agravis Legehennen-Symposium

Achim Spiller

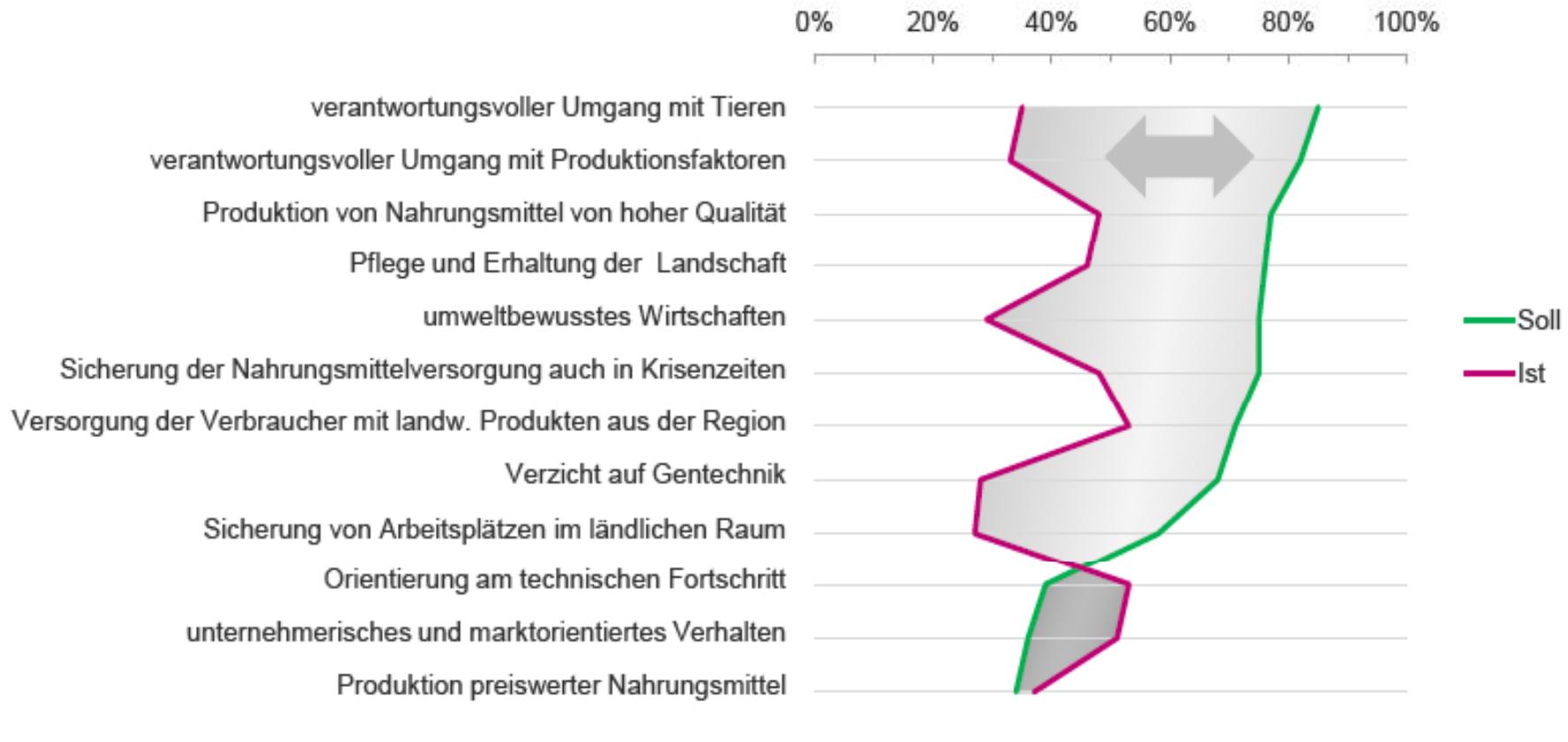
Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN



Gewünschtes und tatsächliches Eigenschaftsprofil der Landwirte

information.
medien.agrar e.V.



Frage: [...] Sagen Sie mir bitte jeweils, welche Eigenschaften idealerweise auf die deutschen Landwirte zutreffen sollten. [...] /
 [...] Sagen Sie mir bitte jeweils, was Ihrer Meinung nach davon auf den typischen Landwirt eher zutrifft bzw. eher nicht zutrifft. Deutsche Landwirte ...

Basis: 1.000 Befragte

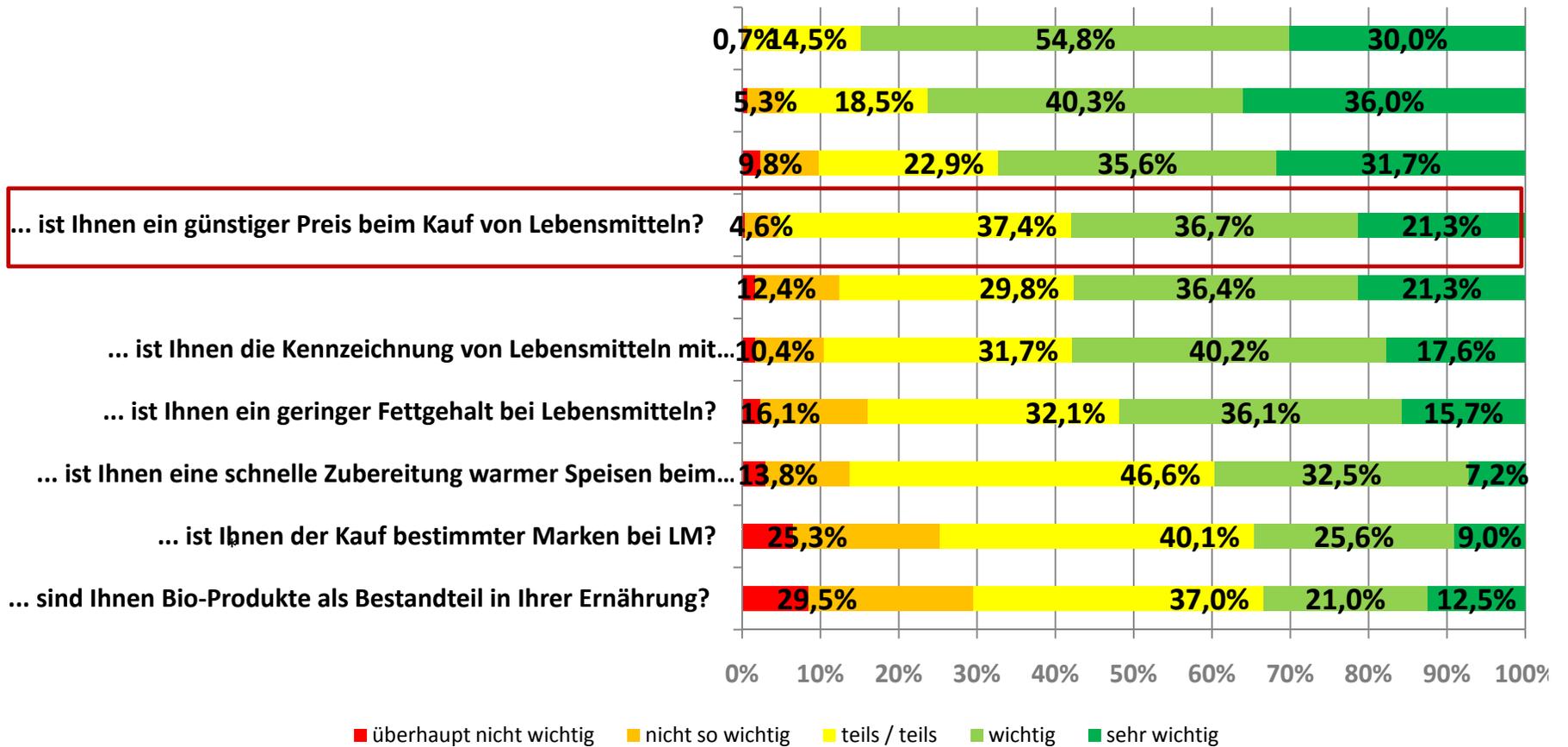


TNS Emnid

Das Image der deutschen Landwirtschaft

Wichtige Aspekte beim Lebensmitteleinkauf: Wie wichtig ...

Die Werte für die Antwortkategorien „trifft nicht zu“ und „trifft überhaupt nicht zu“ sind zusammengefasst angegeben.



n = 303-306

Zusammenhang zwischen der Bedeutung des Tierschutzes und anderen Aspekten beim Einkauf von Lebensmitteln

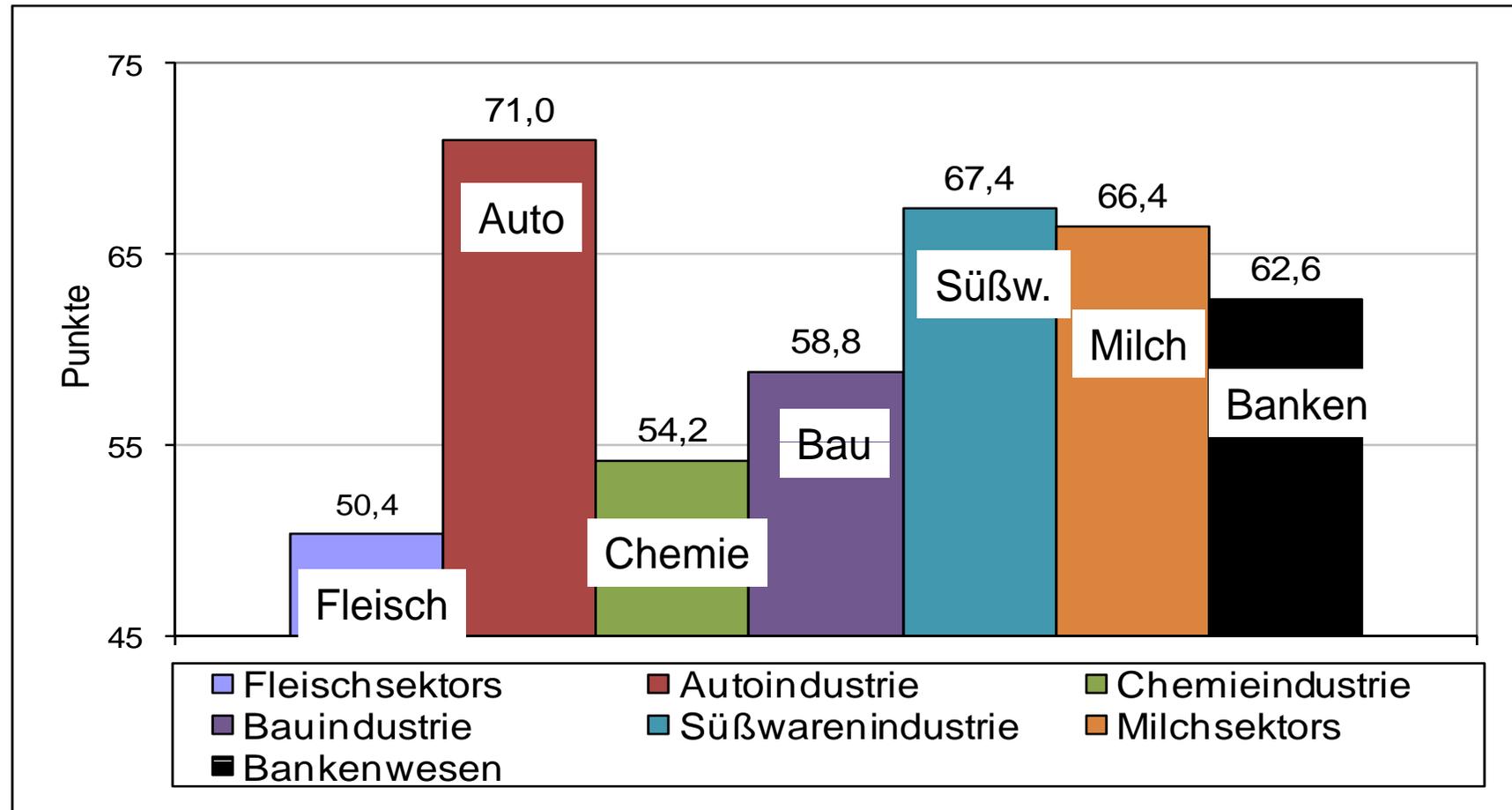
- Verbrauchern, denen der Tierschutz wichtig ist, ist auch besonders wichtig:
 - ✓ Wissen über die Art und Weise der Herstellung,
 - ✓ eine besondere Qualität der Lebensmittel,
 - ✓ Vorhandensein von Produktinformationen auf der Verpackung,
 - ✓ Kauf von Marken,
 - ✓ Gütezeichen/Label
- Mit zunehmender Bedeutung des Tierschutzes nimmt die Bedeutung des Preises beim Einkauf von Lebensmitteln ab.

Einstellungen zur Tierhaltung



	Befürwortung in %	Befürwortung in %
Tierwohl	8,2	87,6
Tiergesundheit	8,5	82,0
Akzeptanz Stallbau	10,2	61,4
Verzehrbereitschaft	21,2	83,4

Branchenimage im Vergleich



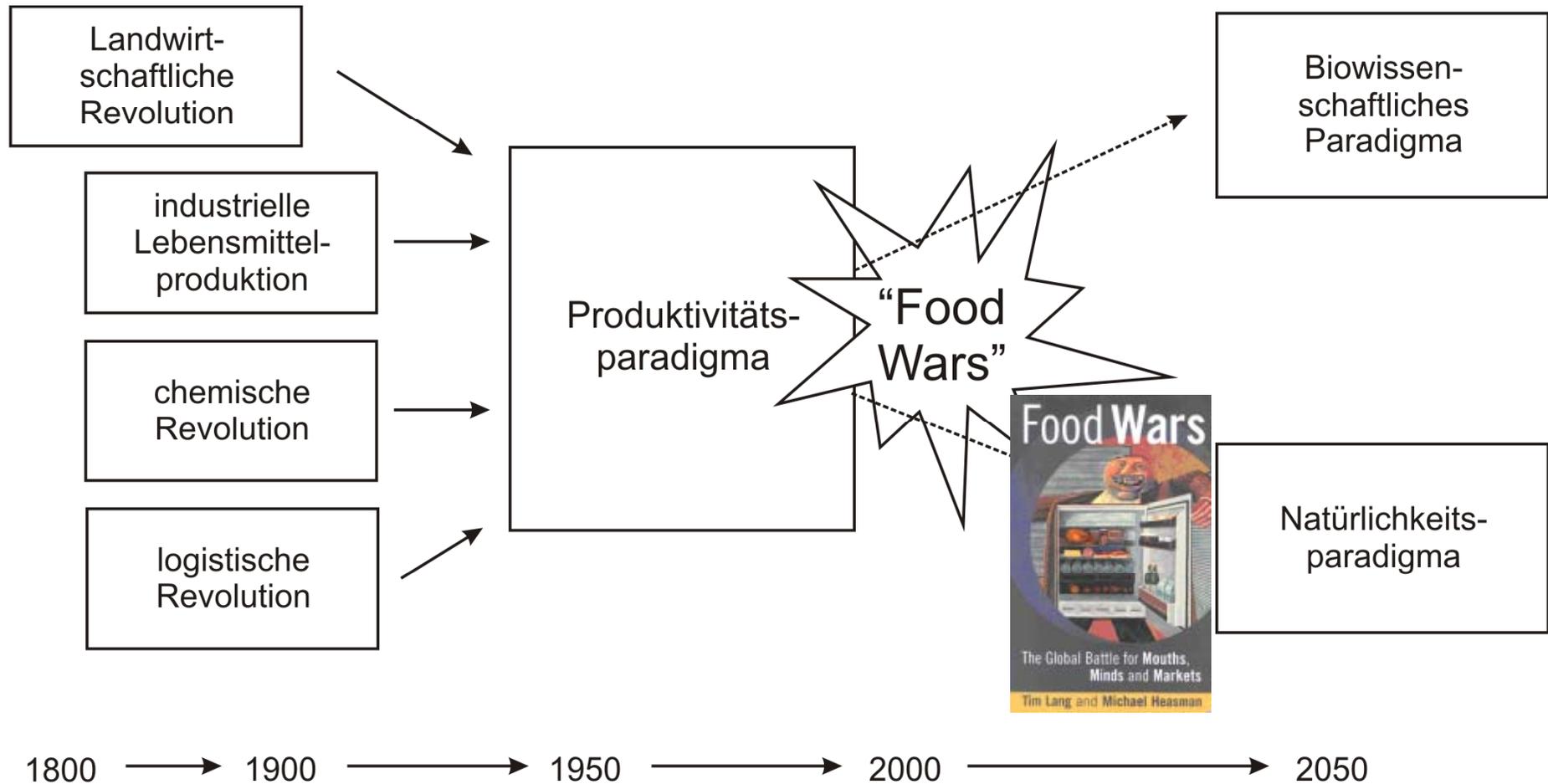
Eigene Studie 2008

Resignation?



© G. Altmann / pixelio.de

Verliert die deutsche Veredelungswirtschaft gerade in der Phase, in der sie sich ökonomisch restrukturiert hat, die gesellschaftliche Akzeptanz?



Quelle: verändert nach Lang und Heasman 2004

Einstellung zur modernen Landwirtschaft

→ erste Studie, die gleichzeitig

- Qualitätspresse,



- Social Web und

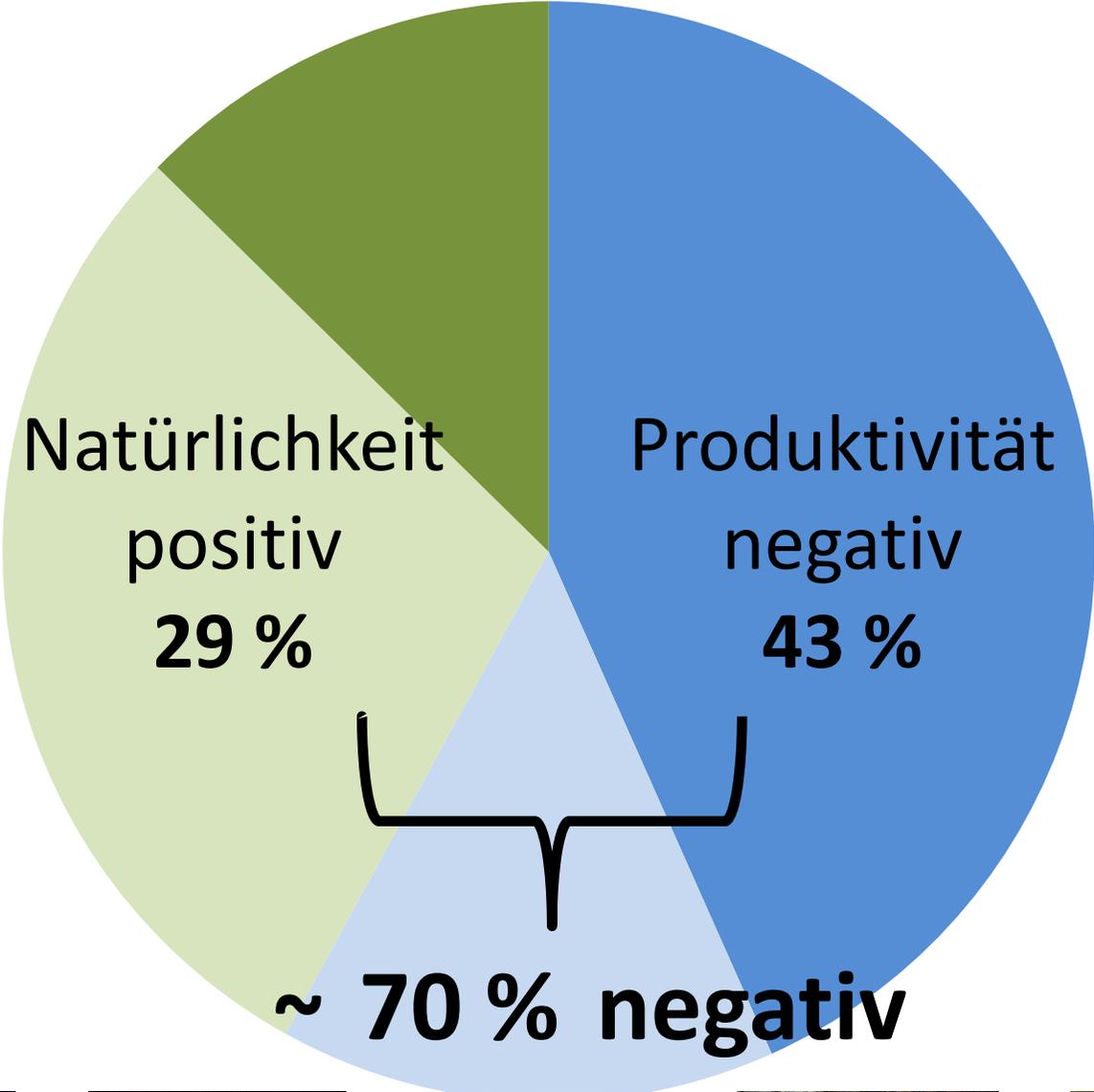


- Verbraucherverhalten

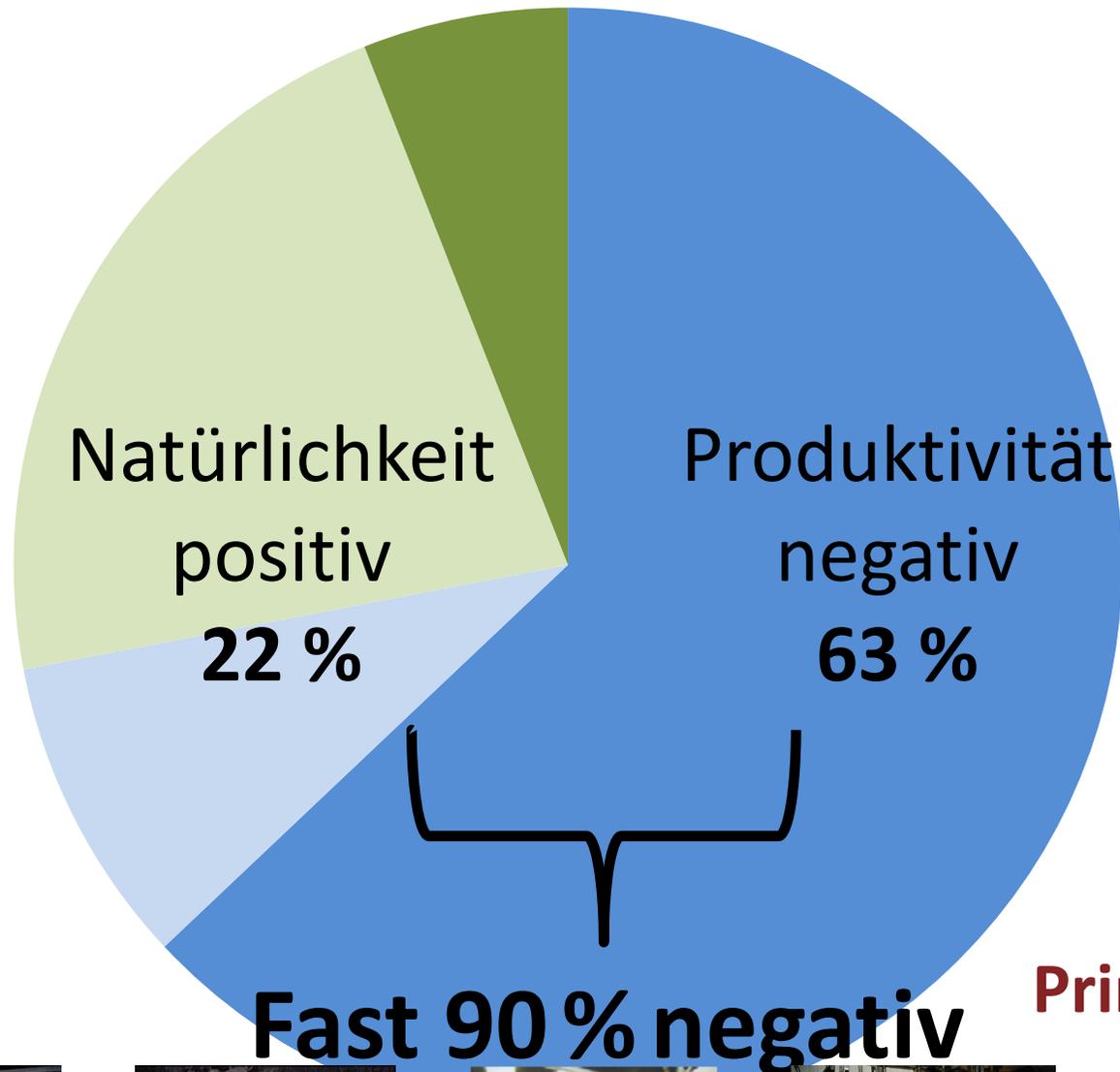


untersucht.

Berichterstattung und Bewertung in Qualitätszeitungen



Kommunikation und Bewertung in Social Media (Internet)



Print: ca. 70 %



Produktivität und Natürlichkeit

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

Produktivität

In der Land- und Ernährungswirtschaft sollte die Natur im Mittelpunkt stehen.

In der Land- und Ernährungswirtschaft sollte das Tier im Mittelpunkt stehen.

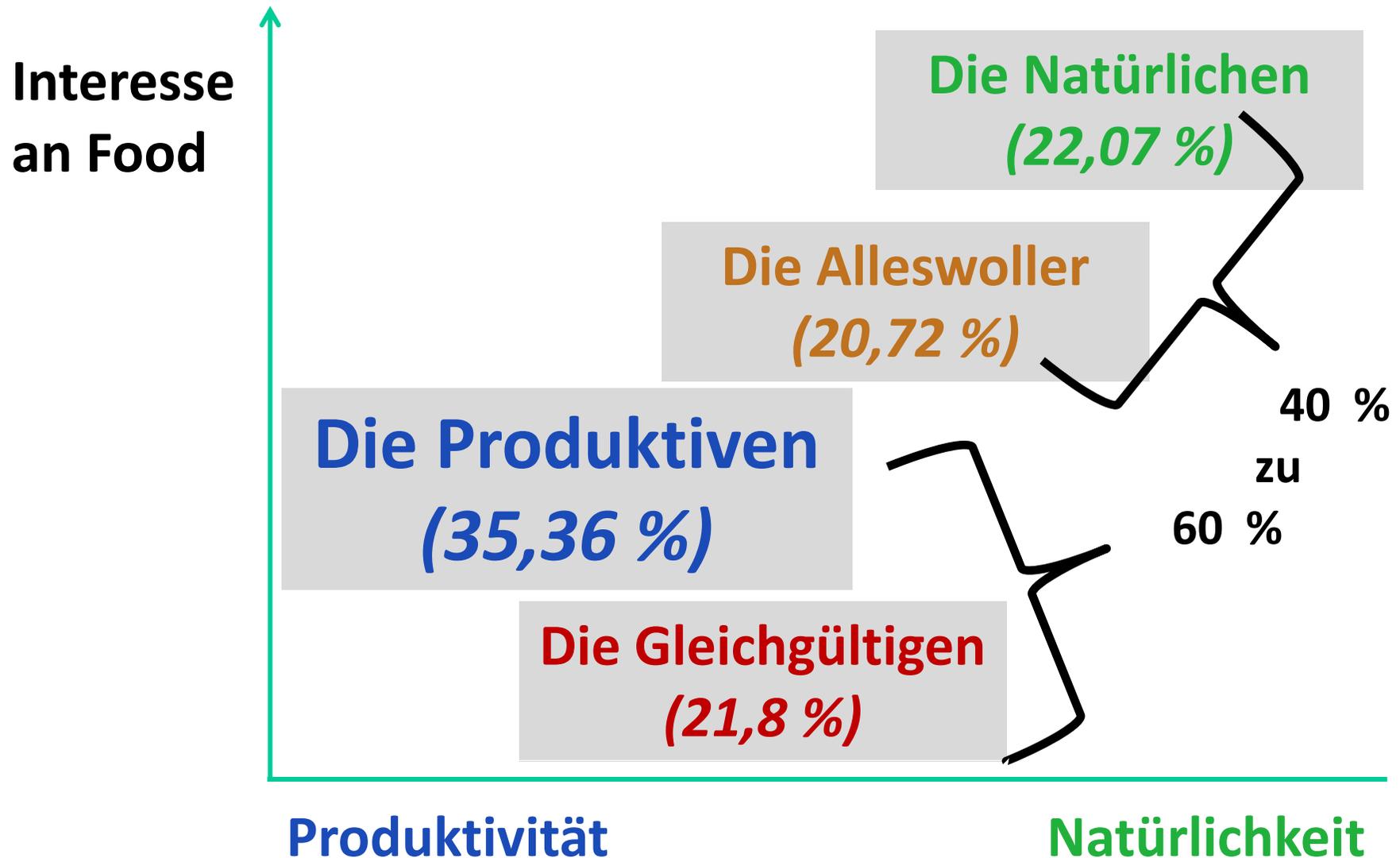
Mir wäre es lieber, die Lebensmittel würden zukünftig mit weniger Technik hergestellt werden.

Es ist mir wichtig, dass ich auch in Zukunft noch die Möglichkeit habe, meine Lebensmittel in handwerklichen Betrieben zu kaufen.

Natürlichkeit

Einstellung zur Ernährungswirtschaft in der Gesellschaft

(in Klammern: Anteil an der dt. Bevölkerung)



Bewertung durch die Gesellschaft

Produktivität

Natürlichkeit



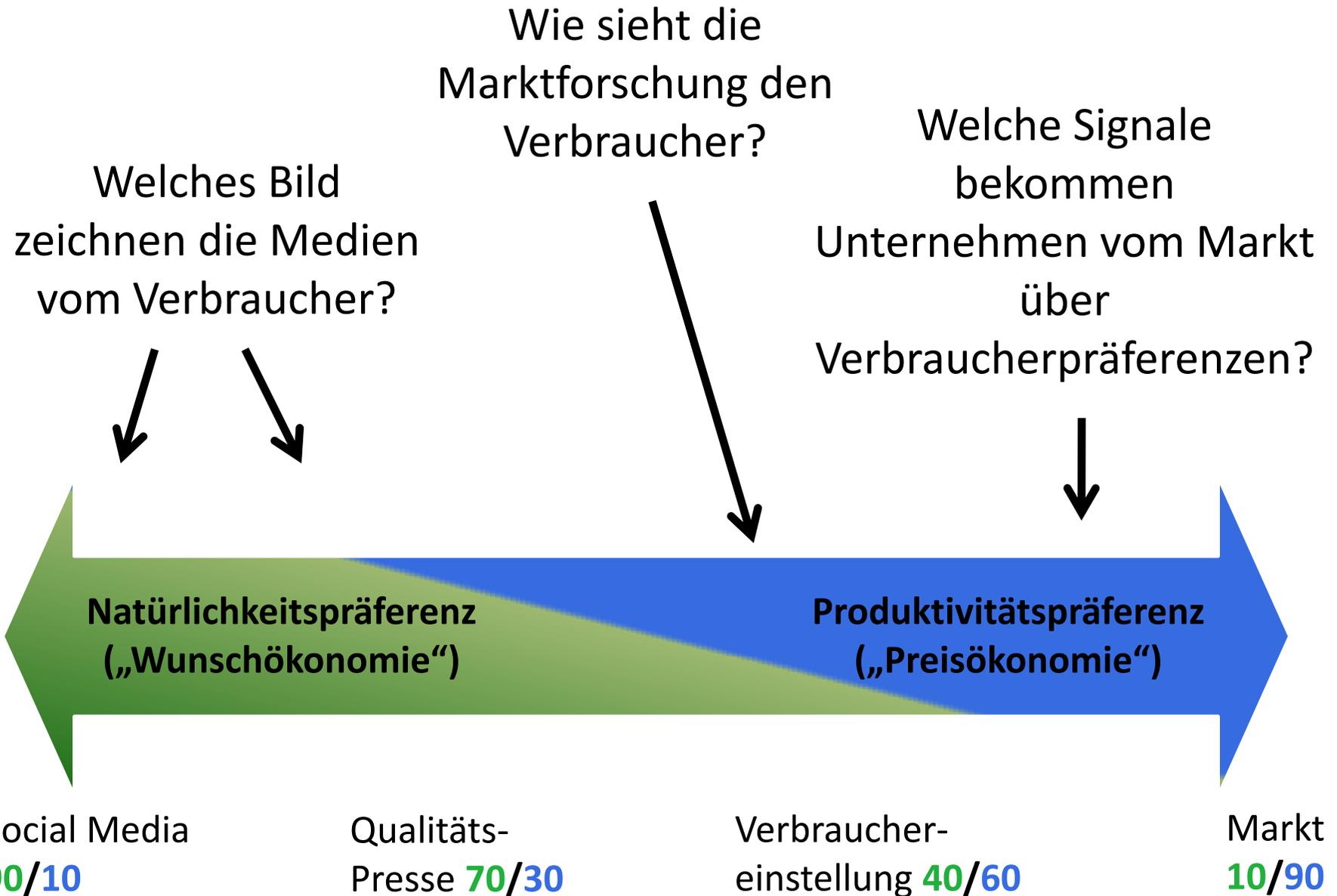
10 % Social Media 90 %

30 % Qualitätsmedien 70 %

60 % Verbraucher 40 %



Gesellschaftliche Erwartungen - Marktanforderungen



Wege aus der Imagefalle: Das Beispiel „Massentierhaltung“



Wann beginnt Massentierhaltung?



Rinder
500 Tiere



Schweine
1.000 Tiere



Geflügel
5.000 Tiere

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

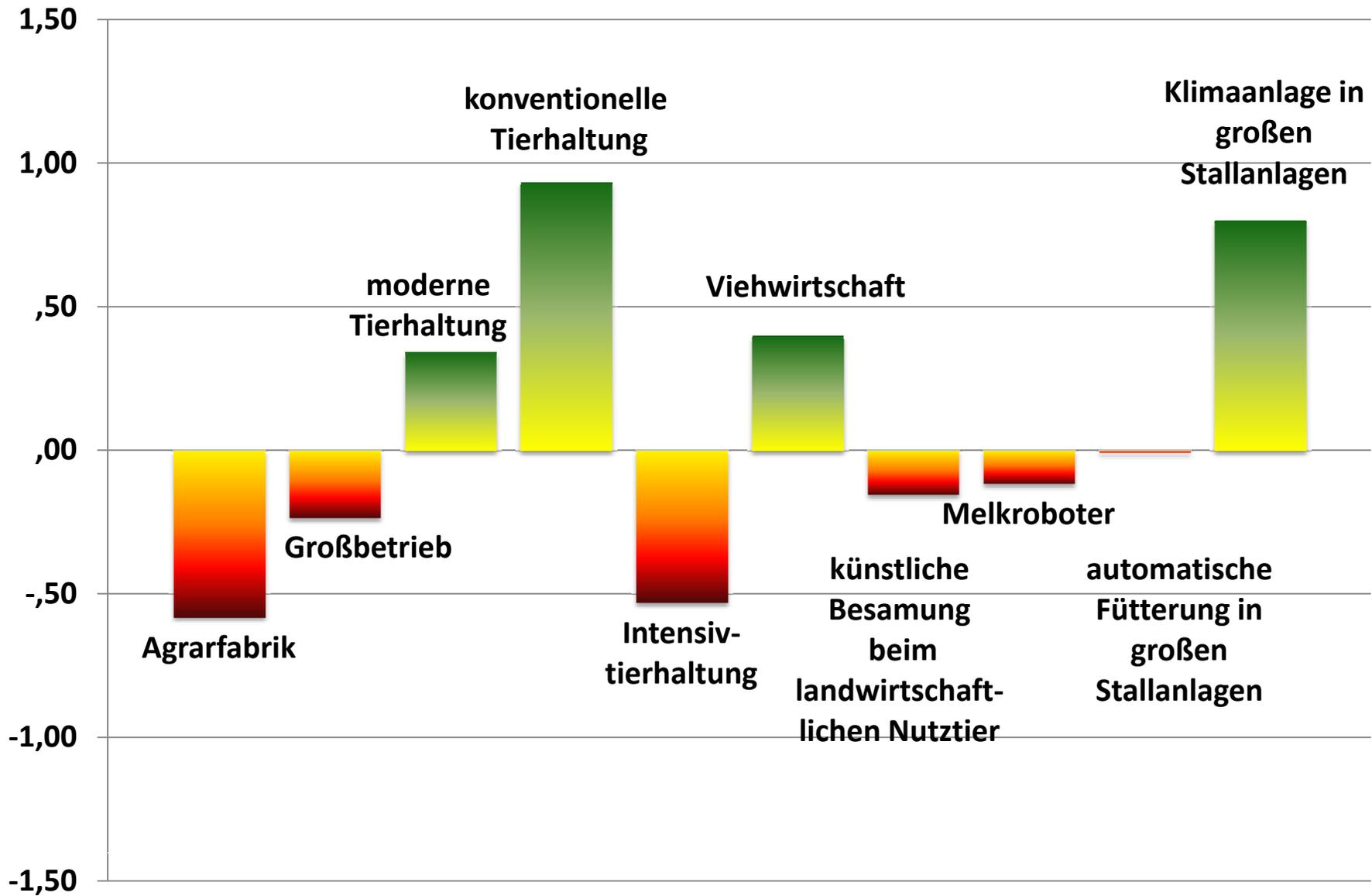
Wahrnehmung von „Massentierhaltung“ und tatsächliche Bestandsgrößen

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

Quelle: Eigene Berechnung, Destatis 2011 und eigene Befragung 2011

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

Bewertung weiterer Begriffe



Skala von 2= sehr positiv bis -2= sehr negativ

Landwirte und Massentierhaltung

Bitte schauen Sie sich einmal folgende Rechnung an:

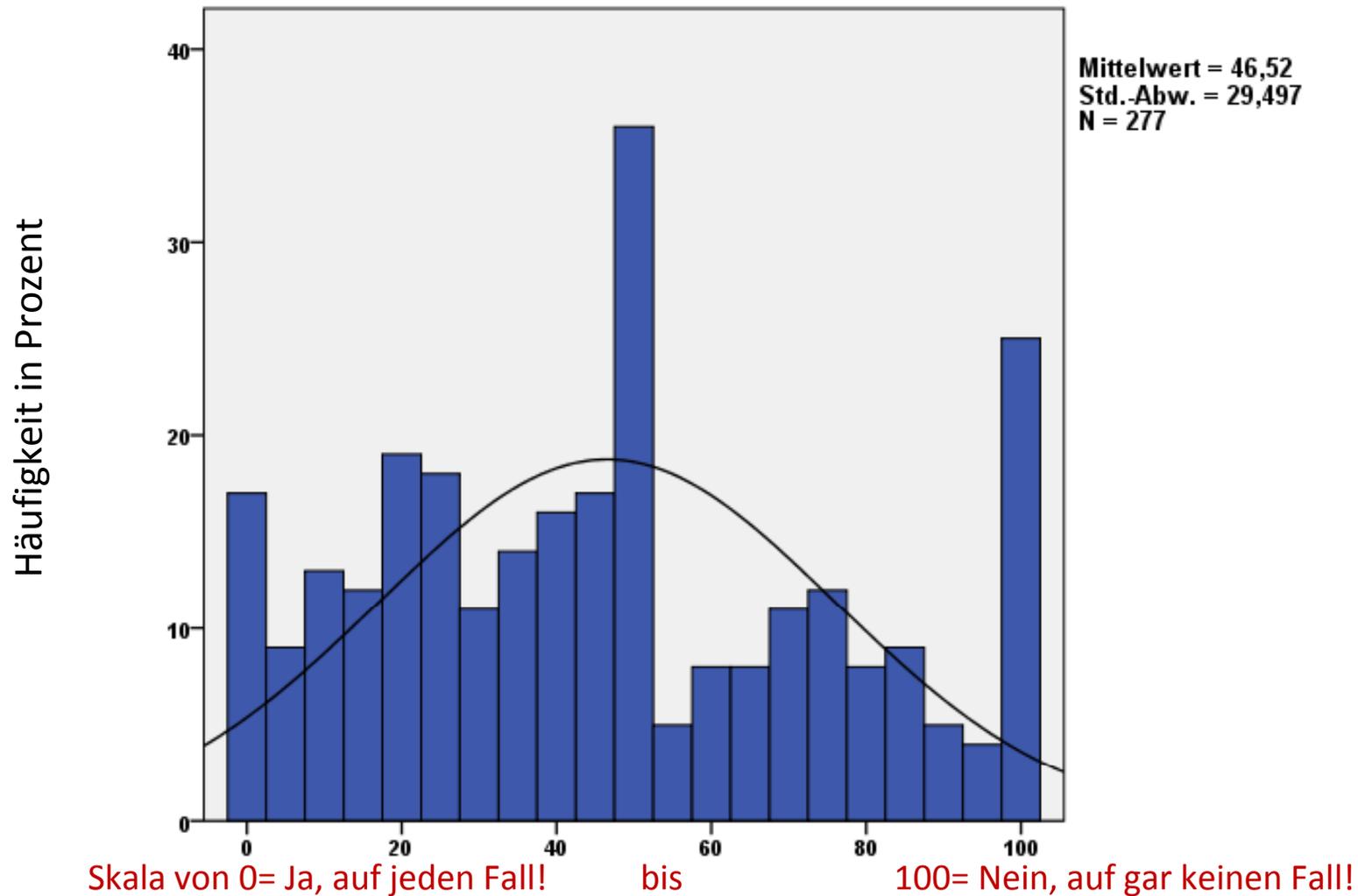
Ein Landwirt verdient an einem Schwein	+ 135 €
<i>davon wird folgendes abgezogen:</i>	
Ferkelpreis	- 41 €
Futterkosten	- 45 €
Stallkosten	- 38 €
Tierarztkosten etc.	- 5 €
<hr/>	
	+ 6 €



Bleibt ein Gewinn pro Schwein von 6 €. Um ein Jahresgehalt von 39.000 € zu verdienen, muss ein Landwirt somit im Jahr 6.500 Schweine verkaufen.

Haben Sie größeres Verständnis für einen Landwirt der „Massentierhaltung“ betreibt, nachdem Sie diese Zahlen kennen?

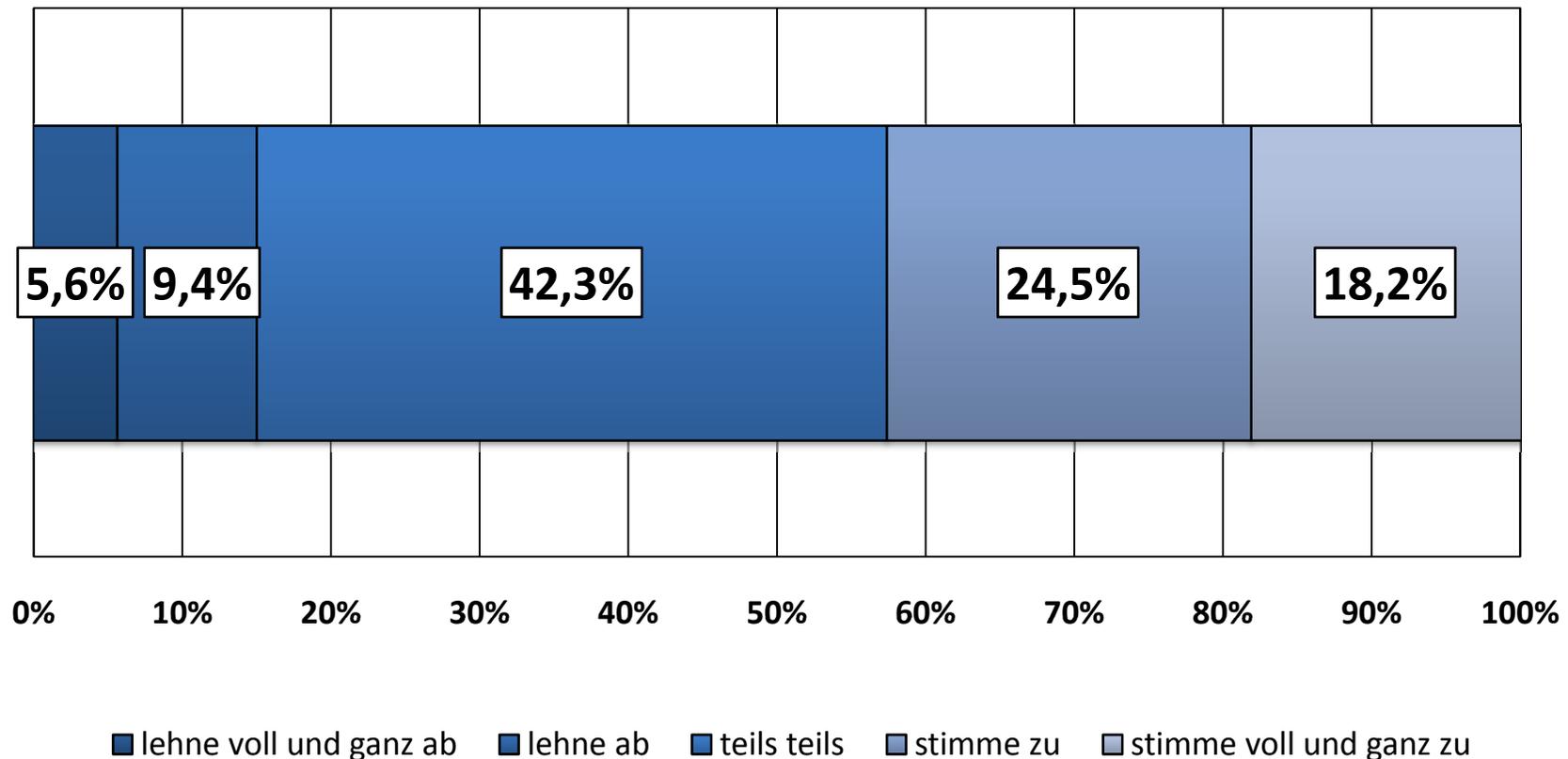
→ **63,9 %** der Verbraucher haben eher ein größeres Verständnis



Landwirte und Massentierhaltung

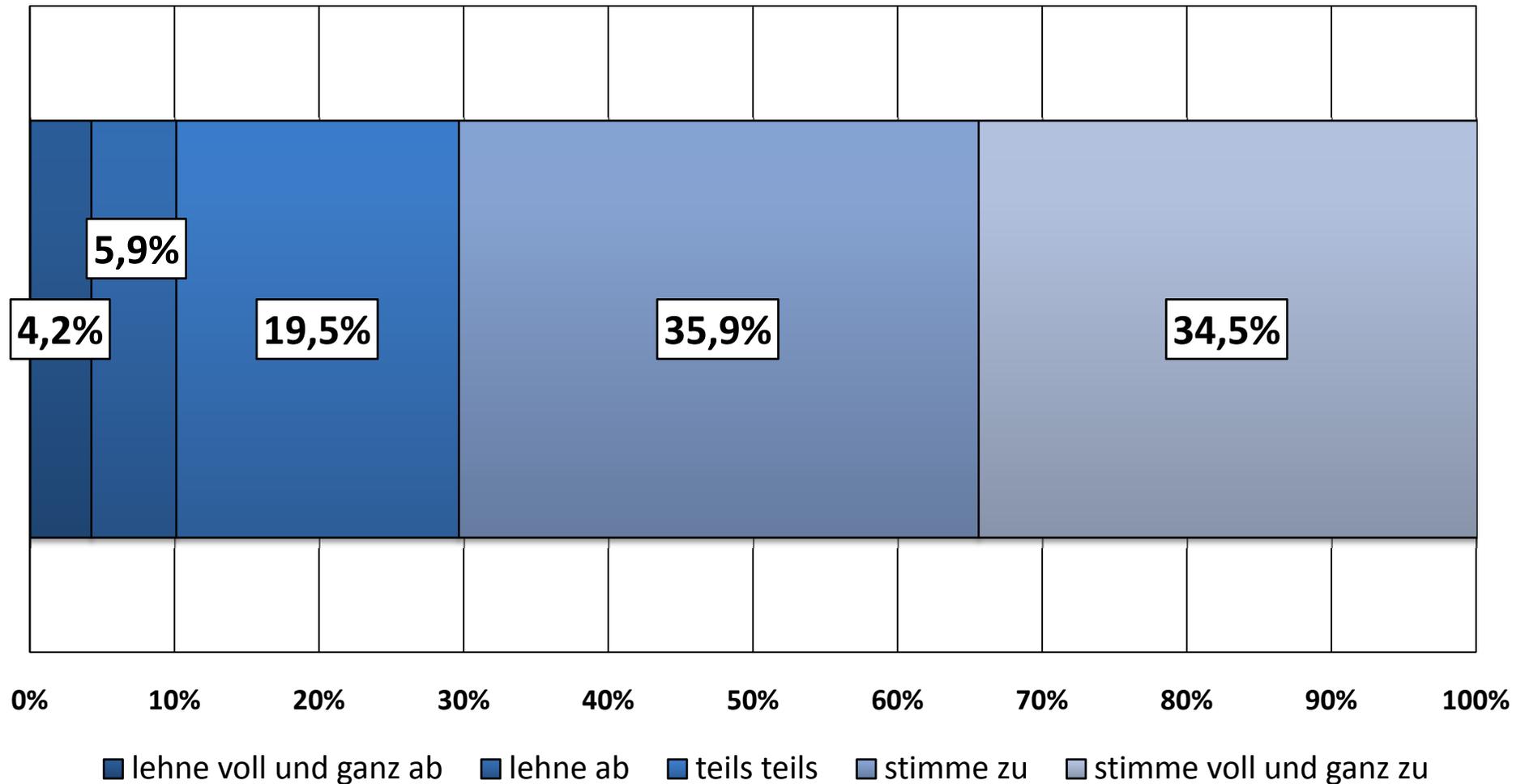
Denken Sie bitte noch einmal an die eben gezeigte Rechnung, nach der ein Landwirt pro Schwein ca. 6 € verdient. Wie bewerten Sie nun folgende Statements?

Der Gedanke an einen finanziellen Gewinn kann für Landwirte keine Rechtfertigung für Massentierhaltung sein.



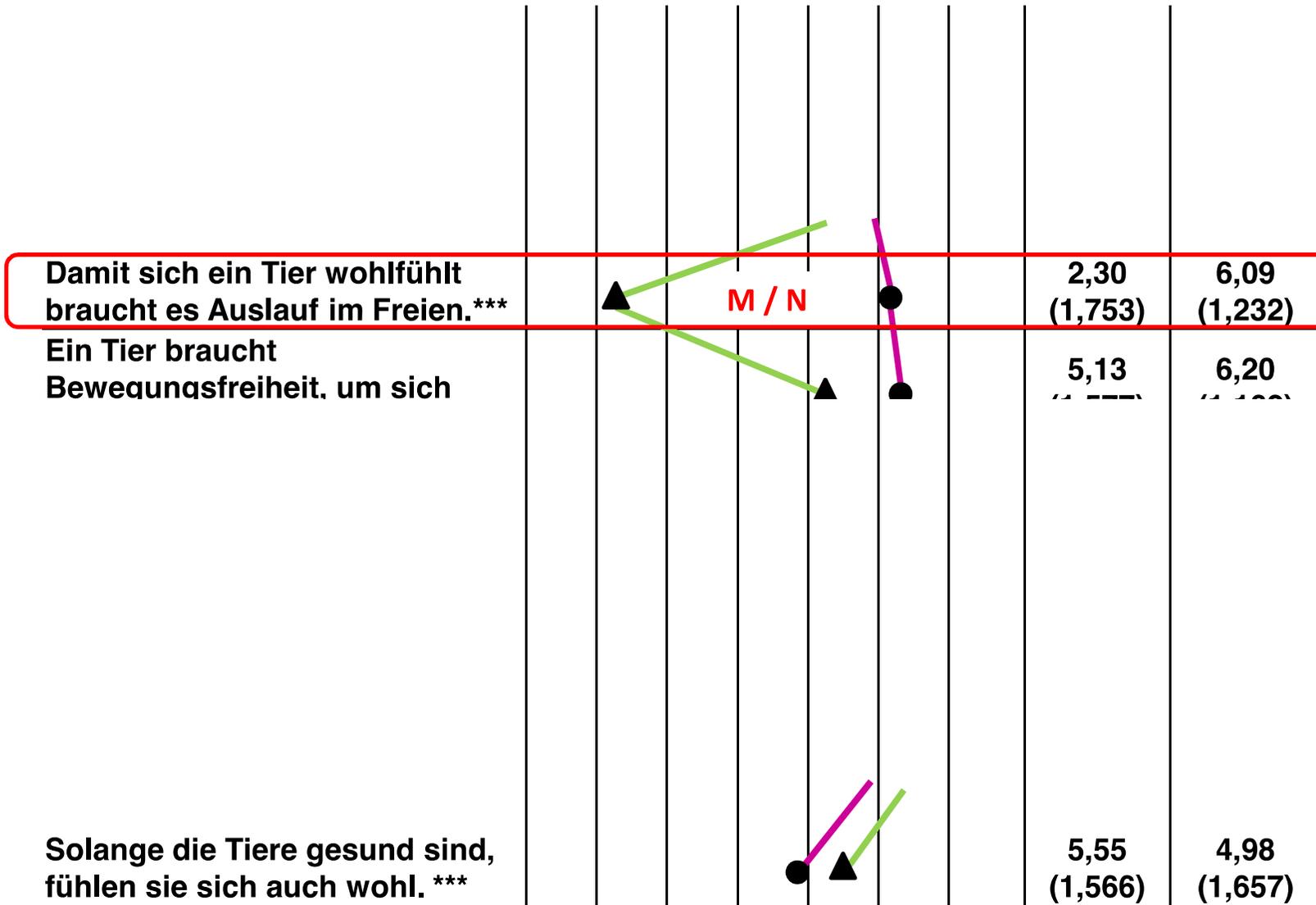
Weniger Massentierhaltung für teureres Fleisch?

Wenn es dadurch weniger Massentierhaltung gäbe, sollte Schweinefleisch teurer sein.

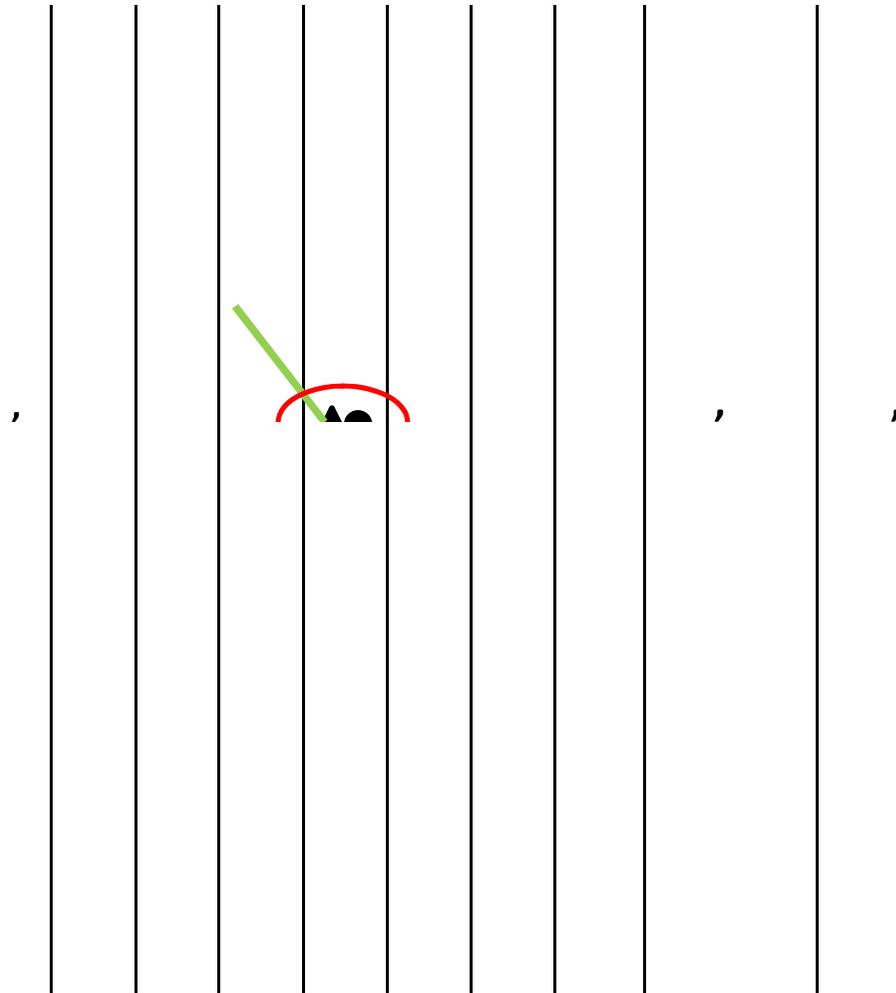


Zwischenfazit

- Entwicklungen in der Tierhaltung und Bewertungen in meinungsprägenden Teilen der Bevölkerung laufen auseinander
- Dies trifft auf eine Branche, die aufgrund ihrer Erfolge der letzten zwei Jahrzehnte einen extremen Kostenfokus aufweist
- Eine einfache Abwehrhaltung oder Verdrängungsstrategie hilft nicht mehr weiter
- Die Probleme offensiv angehen – Vertrauen aufbauen. Am Beispiel Tierschutz
 - ✓ Verbraucherdenke verstehen
 - ✓ Viele einfache Tierwohlmaßnahmen sind preiswert, manche bringen sogar Geld
 - ✓ Tierwohl kann sich am Markt auszahlen – das Beispiel Tierwohllabel
 - ✓ Langfristig werden nur diejenigen Haltungsformen in der Gesellschaft Akzeptanz finden, die sich offen zeigen lassen



11 V = Verbraucher (N = 996); L = Landwirte (N = 287); ***: höchst signifikant; **: hoch signifikant; *: signifikant
Quelle: Eigene Berechnungen



Wettbewerbsfähigkeit.

V = Verbraucher (N = 996); L = Landwirte (N = 287); ***: höchst signifikant; **: hoch signifikant; *: signifikant

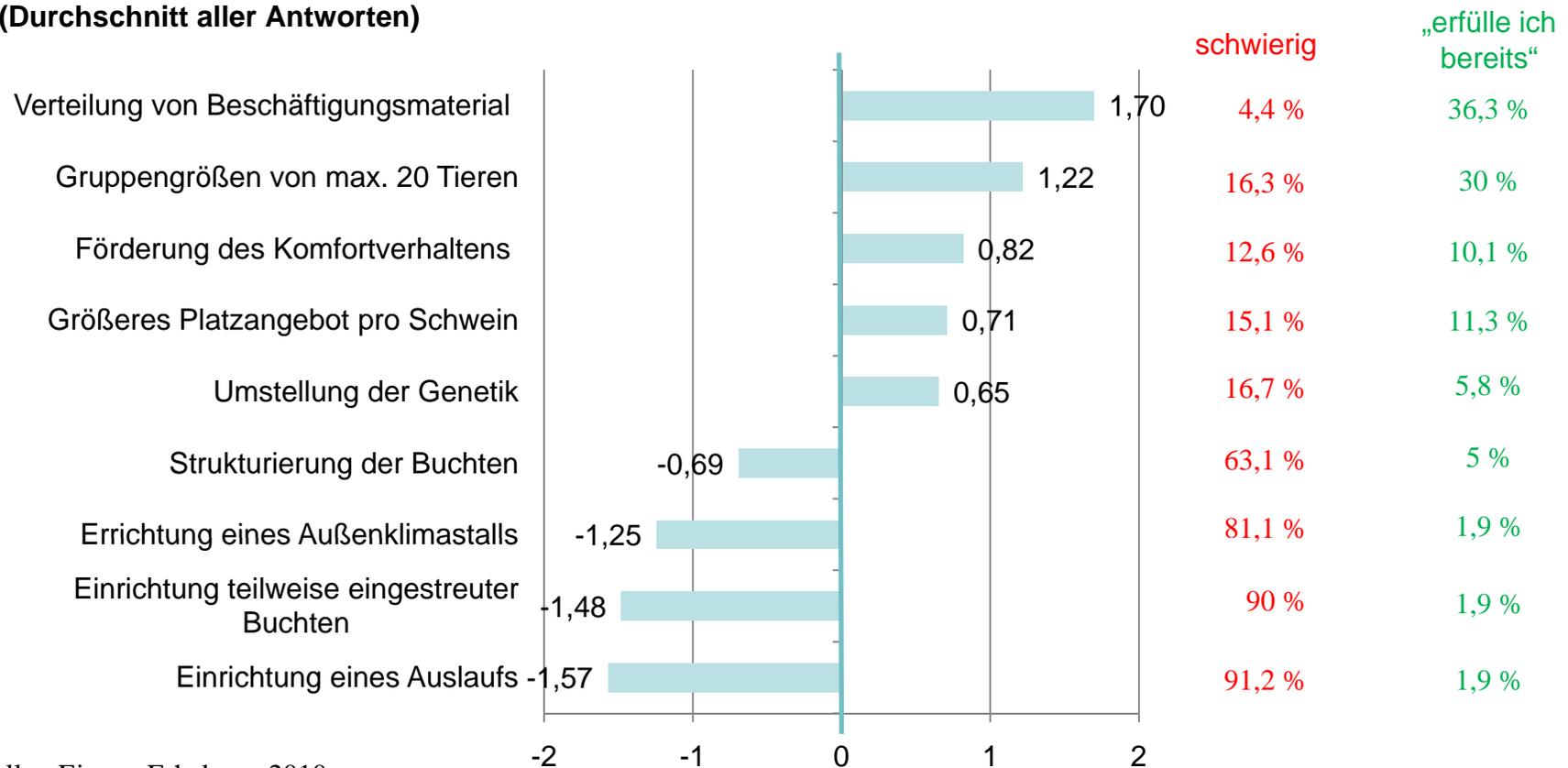
12 Quelle: Eigene Berechnungen

Zwischenfazit

- Entwicklungen in der Tierhaltung und Bewertungen in meinungsprägenden Teilen der Bevölkerung laufen auseinander
- Dies trifft auf eine Branche, die aufgrund ihrer Erfolge der letzten zwei Jahrzehnte einen extremen Kostenfokus aufweist
- Eine einfache Abwehrhaltung oder Verdrängungsstrategie hilft nicht mehr weiter
- Die Probleme offensiv angehen – Vertrauen aufbauen. Am Beispiel Tierschutz
 - ✓ Verbraucherdenke verstehen
 - ✓ Viele einfache Tierwohlmaßnahmen sind preiswert, manche bringen sogar Geld
 - ✓ Tierwohl kann sich am Markt auszahlen – das Beispiel Tierwohllabel
 - ✓ Langfristig werden nur diejenigen Haltungsformen in der Gesellschaft Akzeptanz finden, die sich offen zeigen lassen

Umsetzbarkeit von Tierwohlkriterien – die Sicht der Landwirte für ihren Betrieb (Befragung von 160 Ldw.)

„ Welche der folgenden Maßnahmen zur Erhöhung der Tiergerechtigkeit wären voraussichtlich leicht für Sie umzusetzen, welche schwieriger? Gehen Sie bitte von Ihrer gegenwärtigen Betriebssituation aus!“
(Durchschnitt aller Antworten)



Quelle: Eigene Erhebung 2010

n = 160

Zwischenfazit

- Entwicklungen in der Tierhaltung und Bewertungen in meinungsprägenden Teilen der Bevölkerung laufen auseinander
- Dies trifft auf eine Branche, die aufgrund ihrer Erfolge der letzten zwei Jahrzehnte einen extremen Kostenfokus aufweist
- Eine einfache Abwehrhaltung oder Verdrängungsstrategie hilft nicht mehr weiter
- Die Probleme offensiv angehen – Vertrauen aufbauen. Am Beispiel Tierschutz
 - ✓ Verbraucherdenke verstehen
 - ✓ Viele einfache Tierwohlmaßnahmen sind preiswert, manche bringen sogar Geld
 - ✓ Tierwohl kann sich am Markt auszahlen – das Beispiel Tierwohllabel
 - ✓ Langfristig werden nur diejenigen Haltungsformen in der Gesellschaft Akzeptanz finden, die sich offen zeigen lassen

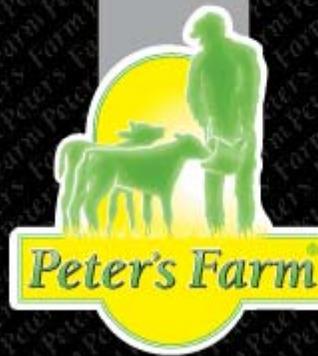
Marktdifferenzierung

- Die Fleischwirtschaft muss das Segment zwischen konventionell und Bio entwickeln



Zwischenfazit

- Entwicklungen in der Tierhaltung und Bewertungen in meinungsprägenden Teilen der Bevölkerung laufen auseinander
- Dies trifft auf eine Branche, die aufgrund ihrer Erfolge der letzten zwei Jahrzehnte einen extremen Kostenfokus aufweist
- Eine einfache Abwehrhaltung oder Verdrängungsstrategie hilft nicht mehr weiter
- Die Probleme offensiv angehen – Vertrauen aufbauen. Am Beispiel Tierschutz
 - ✓ Verbraucherdenke verstehen
 - ✓ Viele einfache Tierwohlmaßnahmen sind preiswert, manche bringen sogar Geld
 - ✓ Tierwohl kann sich am Markt auszahlen – das Beispiel Tierwohllabel
 - ✓ Langfristig werden nur diejenigen Haltungsformen in der Gesellschaft Akzeptanz finden, die sich offen zeigen lassen



www.petersfarm.com

Wählen Sie Ihre Sprache

Deutsch

- Das Prinzip
- Nachrichten
 - PF Live
 - PF Film
 - PF Partner
 - Bauernhofcode
- Die Bauernhöfe
- Produktinformation
 - Besser Leben Kennzeichen
 - Bewusst wählen
 - Rezepte
- Kontakt
 - Fragen und Antworten
- Newsletter
- Haftungsausschluss

Peter`s Farm Live

Über die Peter's Farm Webcam können Sie einen Peter's Farm Stall live beobachten. Die Live-Bilder werden täglich zwischen 08.00 und 17.30 Uhr übertragen.



Die Peter's Farm Kälber haben viel Bewegungsfreiheit und können den Zeitpunkt der Futteraufnahme und die Futtermenge selbst bestimmen. Wann immer sie wollen, können sie herumlaufen, stehen, liegen, spielen oder schlafen. Überzeugen Sie sich selbst davon, wie viel Raum und Ruhe es auf einer Peter's Farm gibt.



Schlussfolgerungen



... aber Informationen und Transparenz alleine reichen nicht

Wettbewerb um das Vertrauen der Verbraucher und
gesellschaftlichen Meinungsführer

Was schafft Vertrauen?

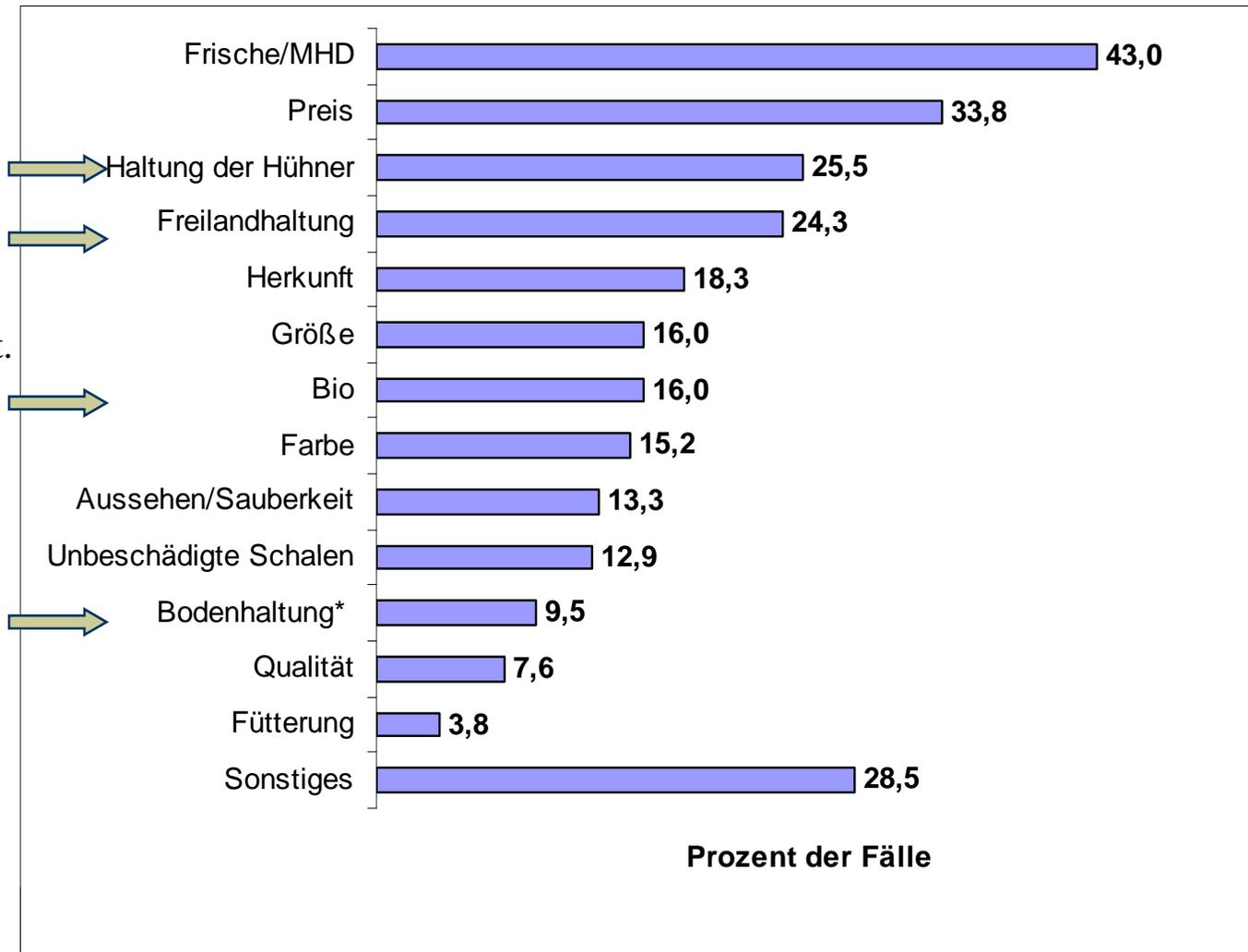
- Offenheit/Transparenz/Dialog/Kritikfähigkeit
- Problemorientierung/aktives Handeln/Expertise/Sachlichkeit
- Trusted third parties
- Personalisierung/mit dem eigenen Namen eintreten
- Vorleistungen und Berechenbarkeit

Quelle: Eigene Auswertung des Stands der Forschung

Abschließendes Fallbeispiel: Eintagsküken

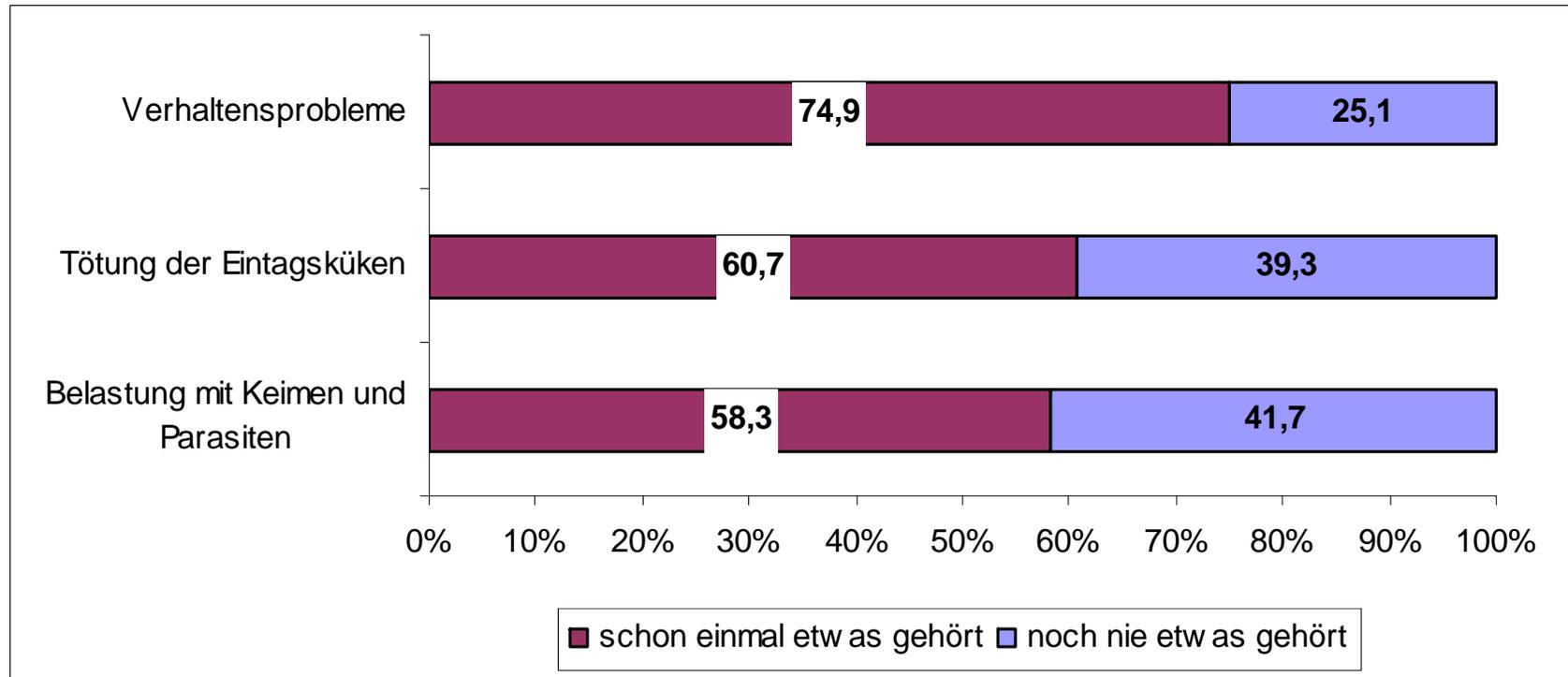
Einkaufsverhalten: die 3 wichtigsten Kriterien beim Eierkauf (ungestützt)

Addiert man alle haltungsbezogenen Antworten, wurde dieser Aspekt von rund 75 % der Befragten genannt.



Verbraucherbefragung zum Eierkauf – Problem der Eintagsküken

Von diesem Problem habe ich...

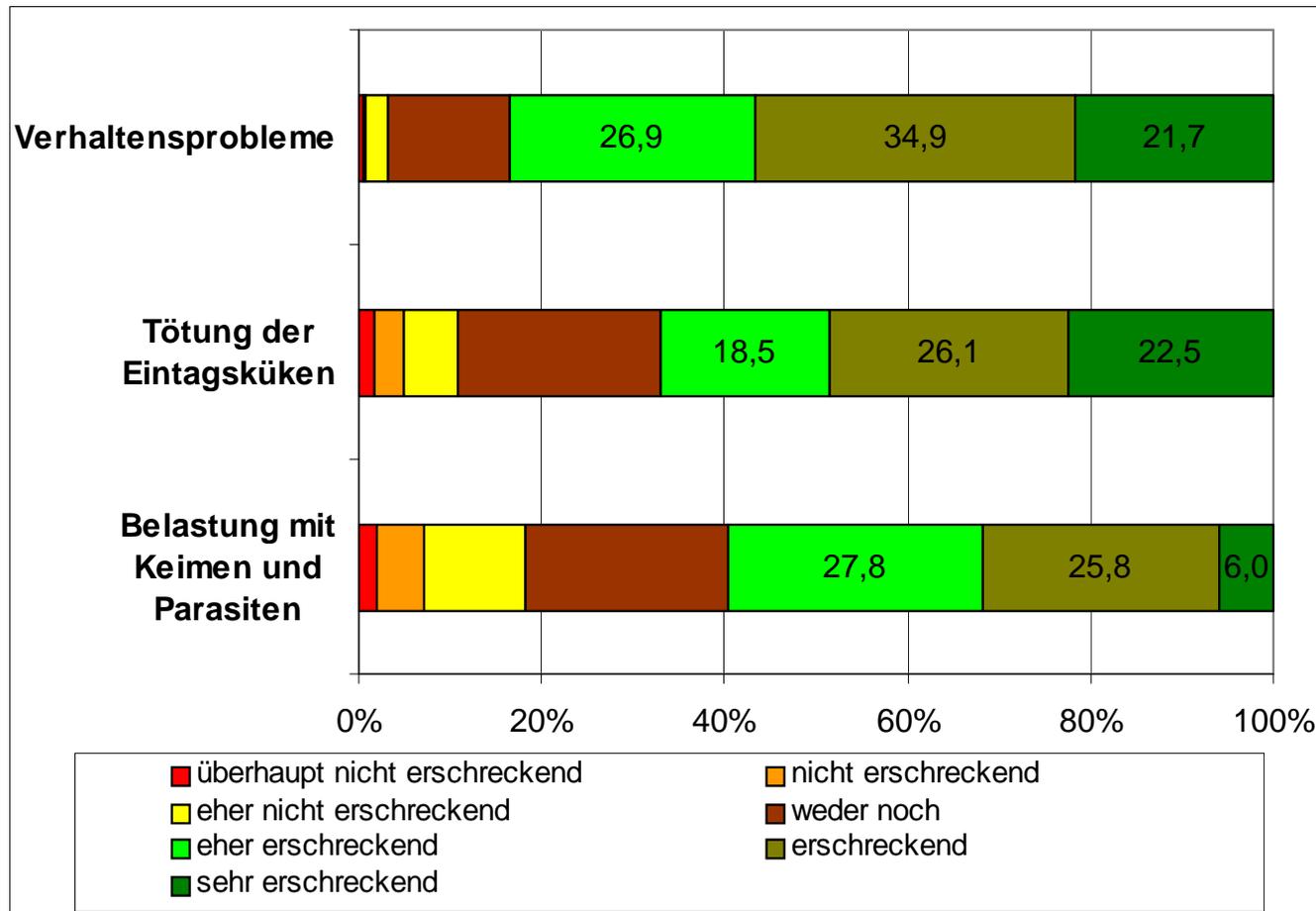


Es gibt eine vage Vorstellung vom Eintagskükenproblem – von sich aus (d. h. ungestützt) hat aber fast kein Verbraucher dies genannt

- latentes Problem (schmort im Hintergrund, kann durch eine Kampagne aktiviert werden)

Verbraucherbefragung zum Eierkauf – Problem der Eintagsküken

Ich finde dieses Problem...



Eher bis sehr erschreckend sind:

1. Verhaltensprobleme (83,5%)

2. Tötung der Eintagsküken (67,1%)

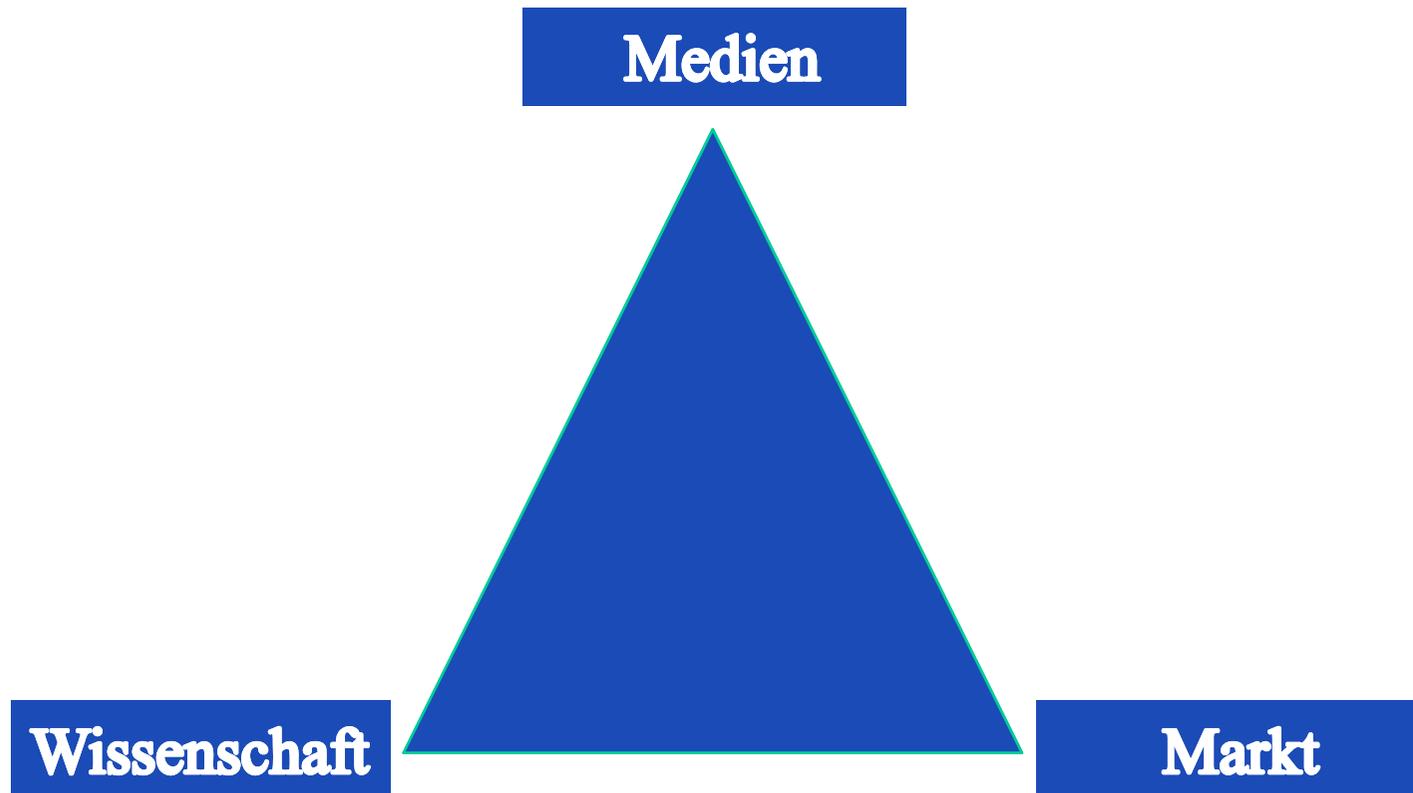
3. Belastung mit Keimen und Parasiten (59,5%)

Was schafft Vertrauen?

- Offenheit/Transparenz/Dialog/Kritikfähigkeit
- Problemorientierung/aktives Handeln/Expertise/Sachlichkeit
- Trusted third parties
- Personalisierung/mit dem eigenen Namen eintreten
- Vorleistungen und Berechenbarkeit

Quelle: Eigene Auswertung des Stands der Forschung

Ebenen der Diskussion



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



Achim Spiller

Georg-August-Universität Göttingen

Lehrstuhl "Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte"

Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung

Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen

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

a.spiller@agr.uni-goettingen.de

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN

