

Vertrauensmanagement in der niedersächsischen Veredelungswirtschaft

„Nutztierstrategie Niedersachsen“

Prof. Dr. Achim Spiller – Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel



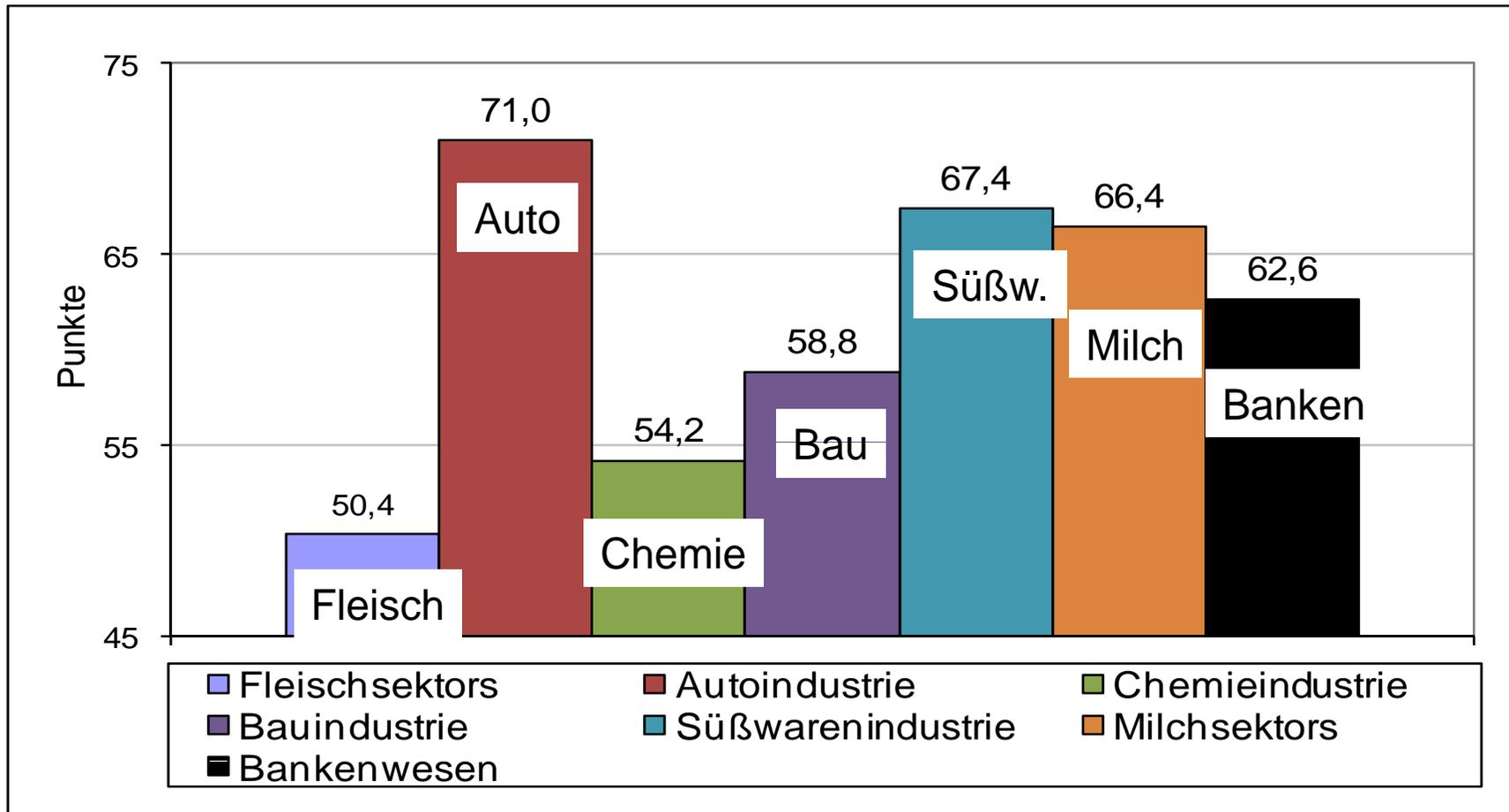
GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN



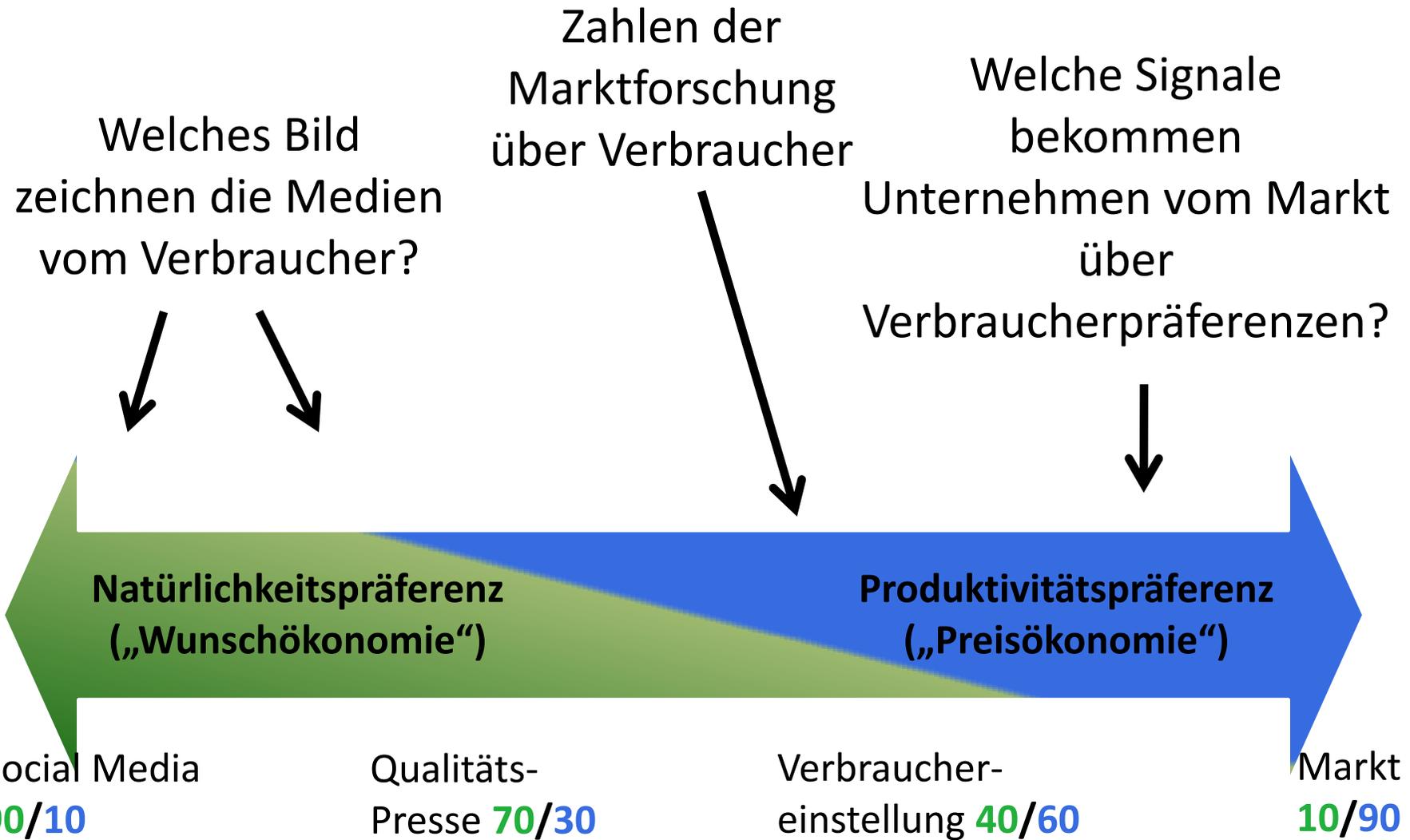
Ausgangslage

- Niedersachsen – das Meat Valley in Deutschland
- Vertrauensverlust in der Bevölkerung
- Branche und Politik in der Defensive

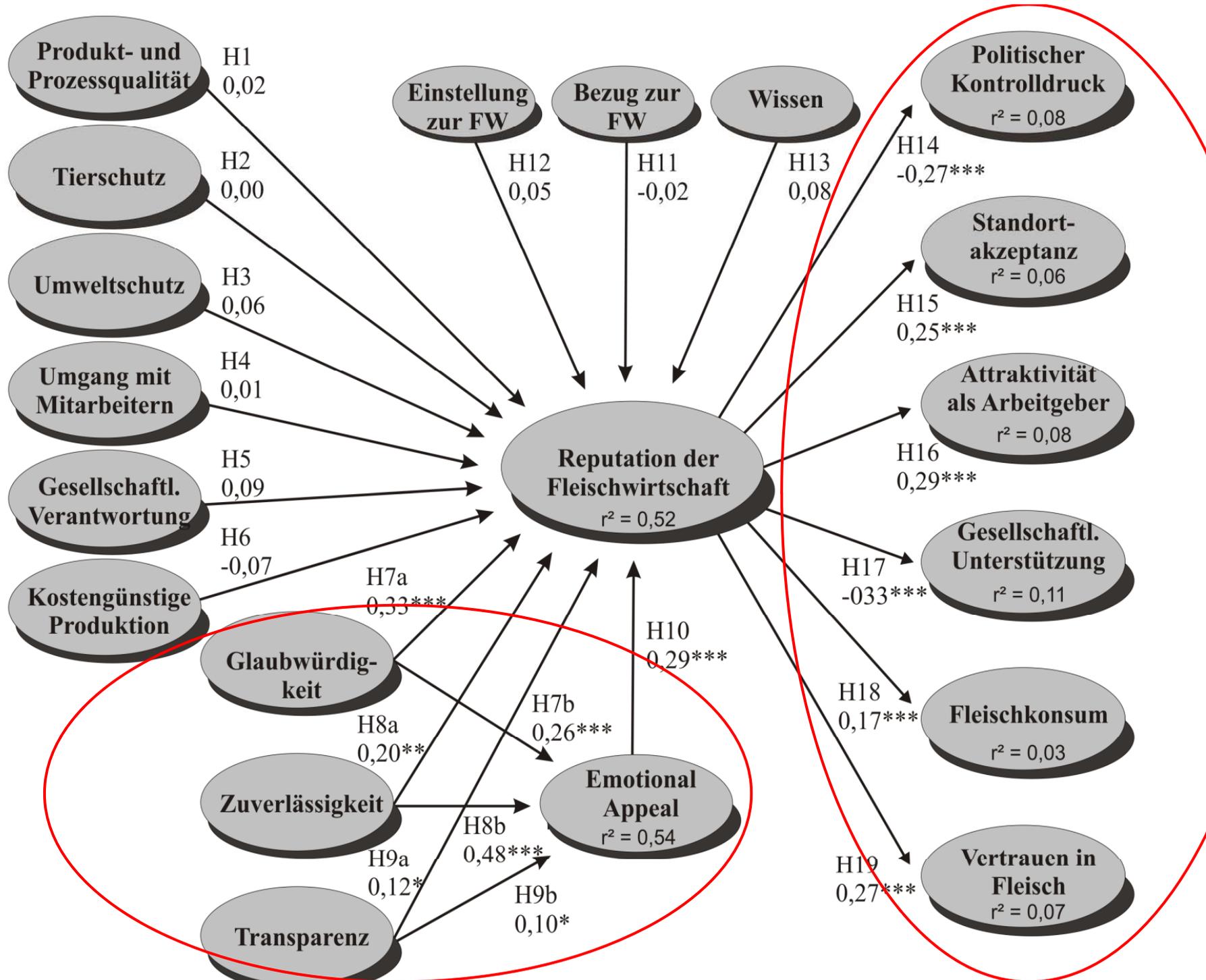
Branchenimage im Vergleich



Akzeptanz der modernen Produktionsformen in der Tierhaltung



grün=kritisch zur modernen Produktion/blau=positiv

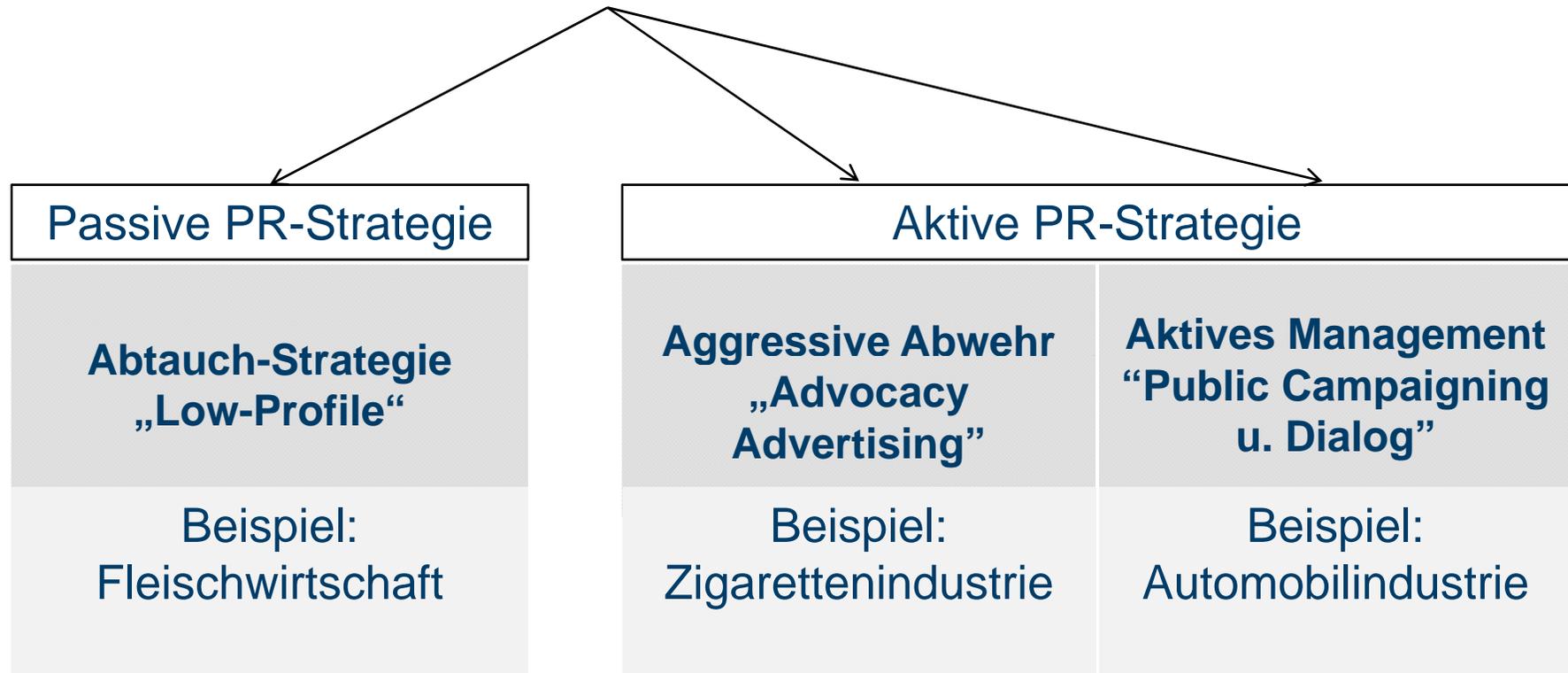


Was schafft Vertrauen?

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

Quelle: Eigene Auswertung des Stands der Forschung

Kommunikationsstrategien



Kommunikationskonzept: Nutztierstrategie Niedersachsen

Zielebene	Ausgewählte Maßnahmen
Analyse der zentralen Herausforderung	<ul style="list-style-type: none">• Hot-Spot-Analyse• Stakeholder-Analyse
Kommunikationsebene aufbauen	<ul style="list-style-type: none">• Strategische Branchendialoge
Medienarbeit	<ul style="list-style-type: none">• Kommunikationsarbeit aufbauen/Budgets• Begriffe prägen
Sichtbarkeit herstellen	<ul style="list-style-type: none">• Gläserne Stallwände• Webcam im Betrieb
Wahrhaftigkeit	<ul style="list-style-type: none">• Keine agrarromantischen Bilder mehr nutzen• Branchenverantwortung führender Unternehmen
Personalisierung	<ul style="list-style-type: none">• „Dafür stehe ich mit meinem Namen“
Produktdifferenzierung – Wahlmöglichkeiten schaffen	<ul style="list-style-type: none">• z. B. Animal Welfare Label• z. B. Weidehaltung

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

*„Vertrauen ist letztlich immer unbegründbar, (...),
es ist eine Mischung aus Wissen und Nichtwissen“ (S. 26)*

*„Man kann Vertrauen nicht verlangen. (...) Vertrauensbeziehungen
lassen sich nicht durch Forderungen anbahnen, sondern nur
durch Vorleistungen“ (S. 46)*

Kontakt:

Prof. Dr. 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: 0551/39-22399; Fax: 0551/39-12122
a.spiller@agr.uni-goettingen.de
www.agrarmarketing.uni-goettingen.de

