

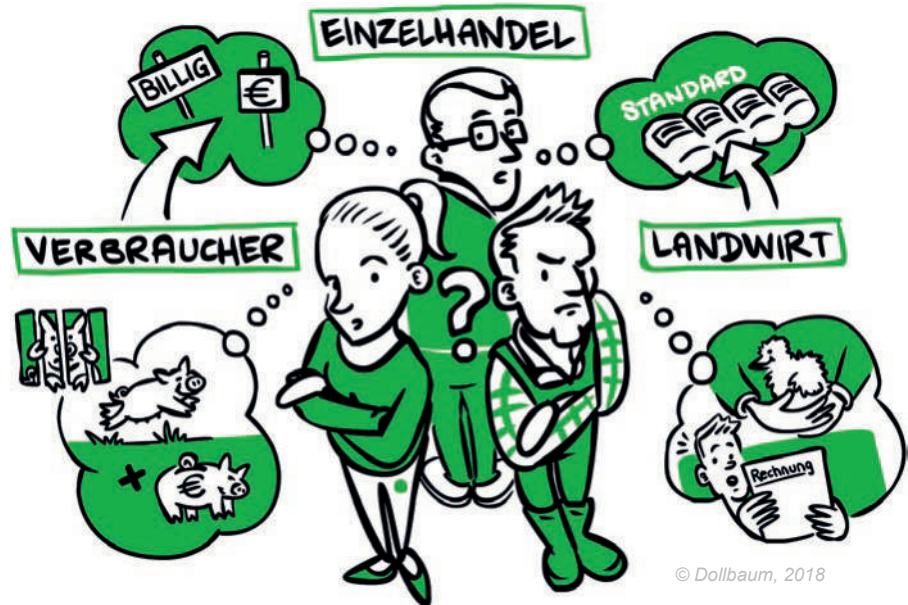
SocialLab – Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft

Dr. Inken Christoph-Schulz

Die gesellschaftlichen Vorstellungen zur landwirtschaftlichen Tierhaltung und die moderne landwirtschaftliche Praxis liegen teils weit auseinander. Als Folge sind die Haltung der Tiere sowie die agierenden Akteure in der Öffentlichkeit zunehmend unterschiedlichen Vorwürfen ausgesetzt:

1. Verbraucher*innen träumen vom Bilderbuchbauernhof und achten dennoch beim Einkauf vor allem auf den Preis,
2. Landwirt*innen werden mit den „schwarzen Schafen“ ihrer Branche gleichgesetzt,
3. der Handel drückt die Preise und lässt deshalb keinen Spielraum für mehr Tierwohl oder
4. Politiker*innen machen zu lasche Vorgaben und setzen diese dann nicht einmal durch.

Auch wenn die Kritikpunkte sehr unterschiedlich sind: Zufrieden mit dem Ist-Zustand sind nur wenige. Die geäußerte Kritik ist umfangreich, aber oft nur vage formuliert. Um eine bessere Basis für die Weiterentwicklung der landwirtschaftlichen Tierhaltung in Deutschland zu schaffen, wurde 2012 das Forschungskonsortium SocialLab mit dem Ziel gebildet, die gesellschaftliche Sicht auf die Tierhaltung genauer zu untersuchen.



© Dollbaum, 2018

Vorgehensweise

Das Projekt bestand aus vier Arbeitspaketen (AP), die interdisziplinär und stets in Zusammenarbeit von mehreren Partnern bearbeitet wurden:

AP 1: Erhebung des Status quo der gesellschaftlichen Wahrnehmungen, Erwartungen und Akzeptanzbildung.

AP 2 und 3: Wissensvertiefung beispielsweise über die Darstellung der Tierhaltung in den Medien oder die Motivation der unterschiedlichen Akteure entlang der Wertschöpfungskette.

AP 4: Möglichkeiten zur Umsetzung der ermittelten gesellschaftlichen Ansprüche an die Tierhaltungsverfahren in der Praxis und Untersuchung, wie unterschiedliche Akteure und Akteurinnen innovative Tierhaltungsverfahren bewerten.

Daten und Methoden

Je nach Fragestellung wurden unterschiedliche Methoden eingesetzt und kombiniert. Das Spektrum reichte von qualitativen (z. B. leitfadengestützten Interviews und Gruppendiskussionen) und quantitativen Verfahren (z. B. schriftliche Befragungen mit vielen Teilnehmer*innen oder Erfassung von realen Einkaufsdaten) bis hin zu bildgebenden, neurowissenschaftlichen Verfahren (z. B. funktionale Magnetresonanztomographie und funktionale Nahinfrarot-Spektroskopie). Die Teilprojekte waren eng miteinander vernetzt, was gewährleistete, dass sich die verschiedenen Teilprojekte gegenseitig ergänzten.

Um keine relevanten Aspekte zu vernachlässigen, wurde das Projekt von einem Beirat begleitet. In diesem kamen NGOs und Verbände (u. a. aus den Bereichen



Dr. Inken Christoph-Schulz

Thünen-Institut für Marktanalyse, Braunschweig
inken.christoph@thuenen.de

Weitere Informationen unter: www.sociallab-nutztiere.de

Tierschutz, Verbraucherschutz, berufsständische landwirtschaftliche Interessenvertretungen), der Einzelhandel sowie Vertreter*innen des BMEL zu Wort. Zusätzlich wurden zu bestimmten Aspekten auch Personen aus den Nutztierwissenschaften hinzugezogen.

Das Projekt wurde 2015–2019 durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert. Beteiligt waren die Fachhochschule Südwestfalen, die Georg-August-Universität Göttingen, die Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, das private Forschungs- und Bera-

tungsinstitut für angewandte Ethik INSTET, die Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität, die Technische Universität München sowie das Thünen-Institut für Marktanalyse (Koordination).

Es folgen vier Berichte aus dem Projekt SocialLab. ■

Die Wahrnehmung der landwirtschaftlichen Tierhaltung durch unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen im Diskurs

Dr. Inken Christoph-Schulz, Dr. Anja Rovers, Christiane Wildraut, Prof. Dr. Marcus Mergenthaler, Dr. Marie v. Meyer-Höfer, Dr. Winnie Sonntag

Vor dem Hintergrund unterschiedlicher Wahrnehmungen, Erwartungen und unterschiedlichen Wissens von Landwirt*innen und Verbraucher*innen beschäftigte sich das Arbeitspaket 1 mit der Frage, wie Landwirt*innen und Verbraucher*innen über ausgewählte Themen der landwirtschaftlichen Tierhaltung miteinander kommunizieren, wenn sie sich im Rahmen von moderierten Gruppendiskussionen direkt treffen.

In gemischten Gruppen diskutierten Landwirt*innen und Verbrauchern*innen zur Haltung von Rindern, Schweinen und Geflügel. Die Diskussionsgruppen setzten sich jeweils aus der gleichen Anzahl Personen beider Gruppen zusammen. Vor und nach den Diskussionen wurde die Zustimmung zu unterschiedlichen Statements über verschiedene Aspekte der Tierhaltung standardisiert abgefragt.

Emotionale Diskussionen

Die Diskussionen sprachen oft emotional hoch sensible Punkte an und je nach Thema wurde unterschiedlich lang und intensiv diskutiert. Insgesamt war der Redeanteil der Landwirt*innen dominierend und sie nahmen gegenüber den Verbraucher*innen häufig die Rolle von erklärenden Fachleuten ein.

Ein Diskussionspunkt war, dass die Gesellschaft immer weniger Bezug zur Tierhaltung hat und Informationen über die Landwirtschaft hauptsächlich aus den Medien gewonnen werden. Als Informationsvermittler zwischen Landwirtschaft und Bevölkerung wurden Medien von beiden Seiten kritisch eingeschätzt. Landwirt*innen zeigten explizit ihre Frustration mit der derzeitigen wahrgenommenen medialen Berichterstattung. Gleichzeitig wurde die Bereitschaft verdeutlicht, Verbraucher*innen die heutige Landwirtschaft zu zeigen und zu erklären. Dabei wurde häufig davon ausgegangen, dass ein Mehr

an „richtiger“ Information die Akzeptanz der intensiven landwirtschaftlichen Tierhaltung herstellen könnte. Direktvermarktung oder „Tage des offenen Hofes“ wurden als Beispiele für gelungene Konzepte vorgebracht. Dagegen gaben Verbraucher*innen häufig Zeitmangel als Grund an, solche Angebote nicht in Anspruch zu nehmen: *„Wir sind alle berufstätig und wenn wir jetzt alle so um vier, fünf Uhr nach Hause kommen und haben keine Lust mehr, uns nochmal ins Auto zu setzen, aufs Land zu fahren und irgendwelche Bauern aufzusuchen und die zu fragen, ob das wirklich stimmt oder nicht, was man im Fernsehen sieht“*. Verbraucher*innen reflektierten jedoch ihr eigenes Informations- und Medien-



Dr. Inken Christoph-Schulz und Dr. Anja Rovers
Thünen-Institut für Marktanalyse, Braunschweig

Christiane Wildraut und Prof. Dr. Marcus Mergenthaler
Fachhochschule Südwestfalen, Soest

Dr. Marie v. Meyer-Höfer und Dr. Winnie Sonntag
Georg-August-Universität Göttingen

inken.christoph@thuenen.de