

# Project brief

Thünen-Institut für Marktanalyse

2024/18

## SocialLab II - Akzeptanz durch Innovation in der Nutztierhaltung

Inken Christoph-Schulz & Marie von Meyer-Höfer

- Die landwirtschaftliche Nutztierhaltung hat weiterhin gesellschaftliche Akzeptanzprobleme.
- Klare Rahmenbedingungen, Partizipation und Wissenstransfer sind entscheidend für einen gelingenden Transformationsprozess.
- Bessere Verfügbarkeit, höhere Transparenz und mehr Aufklärung fördern den Kauf von Tierwohlprodukten.
- Die Wahrnehmung gegenüber der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung hängt auch von sozio-demografischen Faktoren ab.

### Hintergrund und Zielsetzung

Ziel des Verbundprojekts SocialLab II war, die wirtschaftlichen, ethischen und gesellschaftlichen Faktoren der Akzeptanz der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung und deren Transformation zu identifizieren (Abbildung 1). Viele Arbeiten knüpften unmittelbar an SocialLab I (2015-2019) an, in dem die gesellschaftliche Sicht auf die Nutztierhaltung analysiert wurde.



Abbildung 1: SocialLab: Gesellschaftliche Erwartungen an die landwirtschaftliche Nutztierhaltung (Quelle: Dollbaum 2022).

### Vorgehensweise

Das interdisziplinäre Forschungskonsortium arbeitete multimedisch und nutzte partizipative Ansätze mit verschiedenen Akteursgruppen, einschließlich Landwirt\*innen, Interessensvertretungen, Branchenverbänden, Vertreter\*innen des Einzelhandels und Bürger\*innen. Die Forschungsarbeit wurde von Prof. Monika Hartmann (Uni Bonn), Prof. Peter Kenning (Uni Düsseldorf), Prof. Jörg Luy (Instet), Prof. Marcus Mergenthaler (FH Soest), Prof. Jutta Roosen (TU München), Prof. Achim Spiller (Uni Göttingen) und vielen Mitarbeiter\*innen unter der Koordination durch das Thünen Institut geleistet. Die fünf Arbeitspakete (AP) von SocialLab II wurden mit unterschiedlichen Methoden bearbeitet (Tabelle). Die so entwickelte Forschungs- und Beteiligungsinfrastruktur ist darauf angelegt langfristig genutzt werden zu können. Sie könnte bei entsprechender Fortführung von SocialLab allen

Akteur\*innen wertvolle Unterstützung für den weiteren Transformationsprozess bieten.

### Ergebnisse

Es wurde eine einzigartige Forschungs- und Beteiligungsinfrastruktur etabliert, die innovative, transdisziplinäre und partizipative Forschung ermöglicht. Im AP1 wurde ein Monitoring zur Akzeptanz der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung (Rind, Schwein, Geflügel) aufgebaut. Dazu wurden vier deutschlandweite Online-Befragungen von Bürger\*innen, Landwirt\*innen und Handelsvertreter\*innen durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass die landwirtschaftliche Nutztierhaltung weiterhin Akzeptanzprobleme hat, weil ihre Wahrnehmung nicht dem Idealbild von tiergerechter Haltung entspricht. Der Ist-Zustand wird zwar weitgehend hingenommen, jedoch nur solange ein Veränderungswille erkennbar ist.

Arbeitspakete	Methodische Ansätze
AP1: Monitoring	Online-Bürger*innenbefragungen in vier Wellen mit insgesamt 14.000 Teilnehmenden
AP2: Darstellung der Nutztierhaltung in den Medien und deren Wirkung	Panelbefragung, Medieninhaltsanalyse, Informationsexperiment mit Eye-Tracking
AP3: Diskussionsplattform Zukunftswerkstatt landwirtschaftliche Tierhaltung	Transdisziplinäre, partizipative Zukunftswerkstatt, Online-Bürger*innenbefragungen
AP4: Virtueller Supermarkt	Virtueller Supermarkt, Preis-, Angebots- Informationsinterventionen
AP5: Real Labor	Systematische Entwicklung und prototypische Erprobung von innovativen Marktleistungen in realen Supermärkten

Tabelle: Arbeitspakete und methodisches Vorgehen von SocialLab II (Quelle: eigene Darstellung).

Verbesserungspotenzial wird von Bürger\*innen und Landwirt\*innen wahrgenommen v. a. bei Platz, Auslauf und

Einstreu für die Stallhaltung. Zur Verbesserung des Tierwohls werden strengere Gesetze oder der Einsatz staatlicher Gelder befürwortet. Die Umfragen bei Landwirt\*innen ergaben ein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein für Tierwohl aber auch den klaren Wunsch nach stabilen Rahmenbedingungen. Im AP2 wurde eine Medienwirkungsanalyse durchgeführt, um die landwirtschaftliche Nutztierhaltung in Zeitungen und sozialen Medien sowie deren Wirkung auf die Leserschaft darzustellen. Diese beinhaltete eine Panel-Befragung, eine Medieninhaltsanalyse, sowie ein Informationsexperiment mit Eye-Tracking. Diese Medien werden als eine der wichtigsten Informationsquellen über die landwirtschaftlichen Nutztierhaltung angesehen. Soziodemografische Faktoren beeinflussen die Mediennutzung und -bewertung aber auch die Wahrnehmung gegenüber der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung. Wissenschaftlich fundierte Berichterstattung und zielgruppenspezifische Kommunikation sind daher entscheidend für eine bessere Informationsbasis der Öffentlichkeit. Die Medienanalyse ergab eine facettenreichere und ausgewogenere Berichterstattung in Zeitungen als oft angenommen wird und ein relativ ausgewogenes Verhältnis von neutral-ambivalenter bis negativer Berichterstattung. Bedingt durch Häufung spezifischer Medienframes und des Tenors der jeweiligen Tageszeitung kann die Berichterstattung jedoch einseitig erscheinen.



Abbildung 2: Die Ergebnisse der Zukunftswerkstatt in Bildern (Quelle: Dollbaum 2022)

Im AP3 wurde die „Zukunftswerkstatt Landwirtschaftliche Nutztierhaltung“ als Diskussionsplattform aufgebaut (Abb. 2). Ihr Ziel ist die transdisziplinäre und co-produktive Entwicklung und Analyse der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung aus Sicht aller Interessengruppen. Mit Hilfe verschiedener Akteure wurden drei zentrale Zukunftsbilder in unterschiedlichen Dialogformaten entwickelt: "Höhere Standards", "Systemwechsel und Reduktion" sowie "Alternativen zur Tierhaltung". Diese adressieren sowohl das „Wie“ als auch das „Wieviel“ bzw. das „Ob überhaupt“ der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung. Neben der inhaltlichen Entwicklung wurden auch die prozessualen Erfordernisse für transformative Dialogformate untersucht. Transparente, klare Rahmenbedingungen, wissenschaftliche Unterstützung, professionelle Moderation und Mediation sowie stabile finanzielle und personelle Ressourcen sind entscheidend, um den vielfältiger werdenden Interessen und Emotionen in der Debatte um die Zukunft der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung gerecht zu werden. Zur Testung von unterschiedlichen Interventionen (Information, Angebot, Preis) im Markt mit dem Ziel den Kauf von Tierwohlprodukten zu steigern wurde im AP4 ein „virtueller Supermarkt“ programmiert.

In diesem konnten virtuelle Einkäufe mit anschließender Befragung durchgeführt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass Informationen, z. B. Anbringen von Bannern über den Regalen oder Anhebung von Preisen für Standardprodukte als alleinige Intervention im virtuellen Supermarkt keinen Einfluss auf die Kaufbereitschaft haben. Die Steigerung der relativen Anteile von Tierwohlprodukten sind jedoch besonders effektiv in Hinblick auf die Erhöhung der Kaufbereitschaft. Kombinierte Interventionen im „virtuellen Supermarkt“ waren in der Tendenz erfolgreicher als Einzelmaßnahmen. Zur Entwicklung neuer Vermarktungsstrategien für tierfreundlichere Produkte wurde im AP5 das „Real Labor“ aufgebaut. Bei diesem iterativen und partizipativen Prozess wurden Wissenschaft, Praxis und Gesellschaft eingebunden und Marketing-Innovationen in zehn real existierenden Märkten erprobt. Ziel war es in den Märkten den Konsum von Produkten mit der Haltungsform-Kennzeichnung 3 zu erhöhen. Dazu wurden zwei Ansätze getestet: der "Kognitive Ansatz" setzt auf Transparenz und Aufklärung über die Kennzeichnung der Haltungsform; der "Emotionale Ansatz" stellt Vorteile und Mehrwert von Produkten der Haltungsform 3 in den Mittelpunkt der Kommunikation. Die partizipativ und kooperativ entwickelten Maßnahmen wurden iterativ in zehn Märkten über einen Zeitraum von 18 Wochen umgesetzt. Das Ergebnis zeigt, dass innovative Marketingkonzepte den Kauf von Tierwohlprodukten unterstützen. Transparente Informationsangebote zu entsprechenden Produkten sollten deshalb erhöht werden.

### Fazit und Ausblick

Ohne Veränderungen in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung droht der Verlust gesellschaftlicher Akzeptanz, was wirtschaftliche Risiken für die Branche birgt. Das Monitoring der gesellschaftlichen Akzeptanz kann als Orientierungshilfe für politische und wirtschaftliche Entscheidungen und zur Evaluierung entsprechender Maßnahmen dienen. Von Bürger\*innen und Akteursgruppen, die bereits heute offen für alternative Agrar- und Ernährungssysteme sind, wird eine behutsame, innovationsgetriebene Reduktion der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung und des Konsums tierischer Produkte befürwortet. Trotz der Herausforderungen für die Akteure der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung muss die Diskussion über die Neuausrichtung der Land- und Ernährungswirtschaft gesamtgesellschaftlich sowie im globalen Kontext geführt werden. SocialLab bietet ein einzigartiges Instrumentarium für zukünftige Forschung, Beteiligung und Evaluation in Bezug auf die gesellschaftliche Transformation der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung.

#### Kontakt

<sup>1</sup> Thünen-Institut für Marktanalyse  
[inken.christoph@thuenen.de](mailto:inken.christoph@thuenen.de)  
[www.thuenen.de/ma](http://www.thuenen.de/ma)  
<https://www.sociallab-nutztiere.de>

DOI: 10.3220/PB1718604032000

#### Laufzeit

6.2019 - 6.2023

#### Projekt-ID

2203



#### Veröffentlichungen

Faletar, I., von Meyer-Höfer, M. & Christoph-Schulz, I. Sicht der Bürgerinnen und Bürger auf Tierwohl: Wahrnehmung, Bewertung, Vorstellung und Finanzierung einer verbesserten Nutztierhaltung. *J Consum Prot Food Saf* (2024). <https://doi.org/10.1007/s00003-024-01482-z>

#### Gefördert durch

Gefördert durch

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

Projekträger

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages