

---

# Landwirtschaft kommunizieren: Herausforderungen und Strategien

---

- **Peter H. Feindt**
- **Vortrag auf dem AMA Milchsymposium 2018**
- **Raiffeisen Forum, Wien**
- **30. Mai 2018**

# Ausgangslage

- Das Interesse der Öffentlichkeit an der Landwirtschaft und ihren Produkten ist groß.
- Die im Agrarsektor tätigen Menschen empfinden dies nicht immer als angenehm
- Sie fühlen sich oft missverstanden und in die Ecke gestellt.

# Beispiel: Tierwohl, Glyphosat

- Themen erhitzen die Gemüter
- Landwirtinnen und Landwirten erleben die Diskussionen oft als Angriff auf ihre Integrität
- Viele Menschen haben wenig Sympathie für ‚moderne‘ und spezialisierte Verfahren und Entwicklungen, die in der Landwirtschaft als notwendig angesehen werden, um im harten internationalen Wettbewerb zu bestehen.
- Landwirtschaft ist auf gesellschaftliche Unterstützung angewiesen,
  - Z.B. Fortführung der staatlichen Unterstützung für den Agrarsektor
- Landwirtschaftliche Produkte sind sensibel, v.a. Nahrungsmittel

- Das Auseinanderfallen der Wahrnehmungen und Erwartungen in Landwirtschaft und Gesellschaft stellt ein erhebliches Kommunikationsproblem dar.

# Kommunikation

- Vom Lateinischen: communicare
  - Zuteilen
  - Teilen
  - Gemeinsam machen

⇒ Herstellen von

- Verbindung
- Bedeutung
- Organisation

# Herausforderungen

- Immer weniger Menschen haben eigene Erfahrungen in der Landwirtschaft oder direkten Kontakt mit Landwirt\*innen.
  - ⇒ Medialisierung
- Landwirtschaftliche Erzeugnisse werden mit “romantischen” Bildern verkauft, die immer weniger den tatsächlichen Produktionsmethoden entsprechen.
  - ⇒ Erwartungsfalle
- Die „Lizenz zu produzieren“ erfordert gesellschaftliches Vertrauen, die Bedingungen für die Erzeugung und Aufrechterhaltung von Vertrauen verändern sich aber rapide.
  - ⇒ von persönlichem Vertrauen zu Systemvertrauen und Inszenierung

# Kommunikation als Verbinden ...

... wird schwieriger:

- Medialisierung
  - Eine Vielzahl von Medien tritt zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft.
- Erwartungsfalle
  - Keine gemeinsamen Erwartungen von Landwirtschaft und Gesellschaft
- Von persönlichem Vertrauen zu Systemvertrauen und Inszenierung
  - An die Stelle geteilter Lebenswelten treten ...
  - ... systemische Arrangements zur Herstellung von Transparenz und Glaubwürdigkeit
    - Labels
    - Zertifizierungssysteme
    - Marken, vertraute Verkaufsstellen, usw.

- Rufe nach einer „Versachlichung“ der Diskussion greifen zu kurz
  - Veränderung der Medienlandschaft
  - Emotionale und Beziehungsdimension
  - Bedeutung von „Rahmungen“ und „Narrativen“



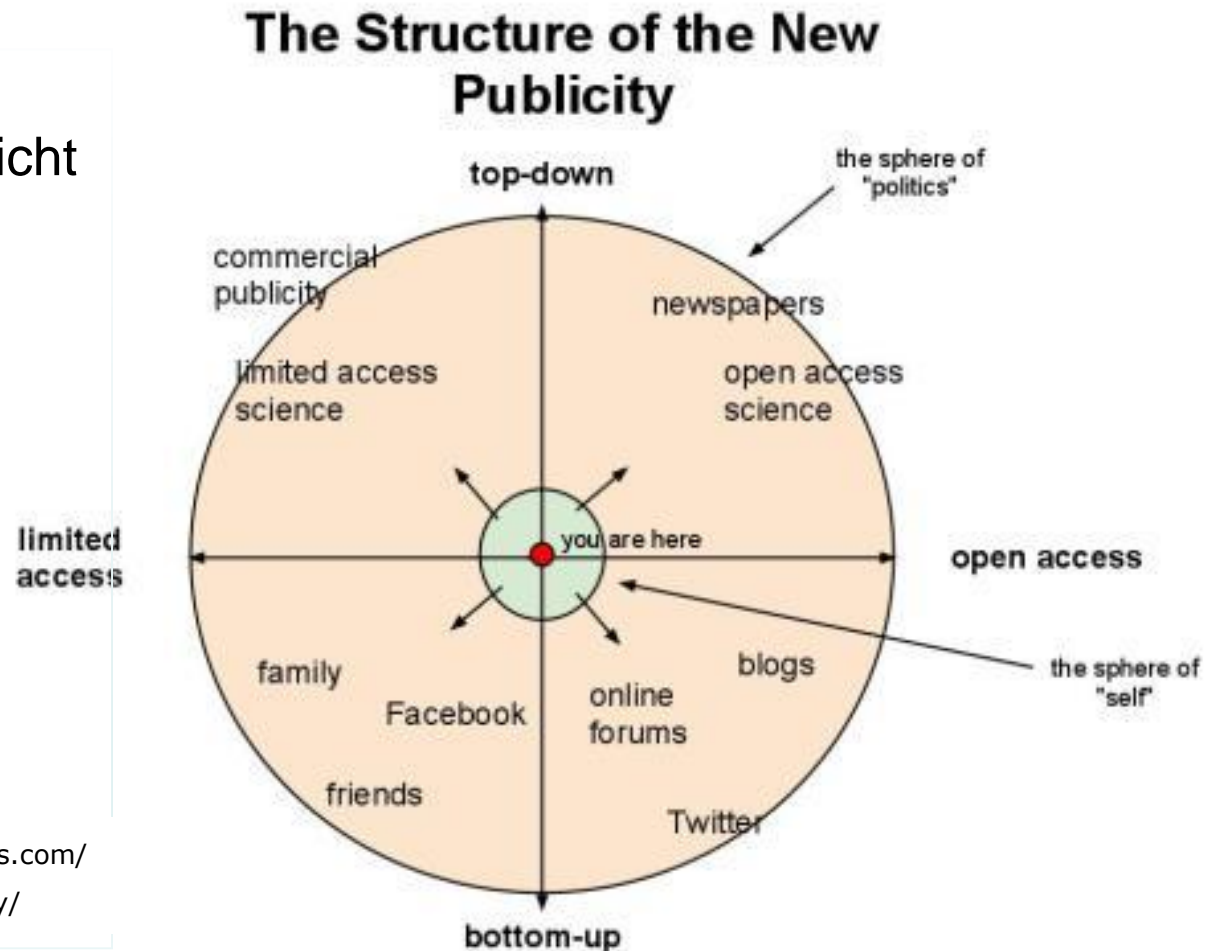
# Teil 1: Veränderung der Medienlandschaft

## Medien als Knotenpunkte in Kommunikationsnetzwerken

- Massenmedien:
  - One to many
- Neue soziale Medien:
  - Many to many
  - Many to one
- First person media (Ich-Medien):
  - One to how many?

# Viele Medien, widersprüchliche Trends

- Vielgestaltige Medienstruktur aus Sicht der einzelnen Teilnehmer



Source: <http://tolearnsomething.wordpress.com/2011/11/18/from-old-to-new-publicity/>

# Soziale Medien

- Vielfältigste Aktivitäten, meist auf spezialisierten Plattformen



# Soziale Medien

- Soziale Medien übernehmen klassische Funktionen der Massenmedien
  - Information und Unterhaltung des Publikums
  - Verbindung zwischen Regierung und Bürgern, großen Organisationen und Bürgern
  - Artikulation einer öffentlichen Meinung
  - Arena für öffentliche Debatten
  - Kontrollfunktion gegenüber Regierung und Wirtschaft
- Wer nicht in den sozialen Medien vorkommt, gerät ins Hintertreffen
- Jeder kann teilnehmen – Wettbewerb um Aufmerksamkeit.
- Verminderte Rolle klassischer journalistischer Normen und Formate

# Soziale Medien: Agenda-setting

## Beispiel:

- Martha Payne, damals 9 Jahre alt
- <http://neverseconds.blogspot.co.uk/>
- Fotografien ihrer Schulspeisung zog eine große Mengen von Followers an
- Die Schule versuchte die Veröffentlichung der Bilder zu unterbinden
- Retweet von Starkoch Jamie Oliver
- Daraufhin wurde das Thema von Massenmedien aufgegriffen
- Löste landesweite Diskussion in GB aus



Daily Mail online, 10 May 2012



Daily Mail online, 10 May 2012

# Soziale Medien

Soziale Medien übernehmen klassische Funktionen des Journalismus

- Zeitzeugenschaft
- Verantwortliche zur Verantwortung ziehen
- Meinungsführerschaft
- Anklagen (Shaming)

# Fragmentierung und Polarisierung

- Selbst-Selektion
- Fragmentierung der öffentlichen Debatten
- Polarisierung
  
- „Echokammern“
- Verstärkt durch personalisierte Algorithmen und Filter

Quellen z.B.

- Iyengar, S. and Hahn, K.S. (2009) 'Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use'. *Journal of Communication* 59(1):19-39.
- Lawrence, E., Sides, J., and Farrell, H. (2010) 'Self-Segregation or Deliberation? Blog Readership, Participation, and Polarization in American Politics'. *Perspectives on Politics* 8(1):141-57.

# Veränderte Produktionsbedingungen in den Massenmedien

- Nachrichtenorganisationen: vom Industrie- zum Service-Modus
- Neue Finanzierungsmodelle
  - Spenden, Stiftungen, Syndikate
- Topjournalisten mit direkter Vermarktung
- Schwächung der institutionellen Stellung der traditionellen Nachrichtenorganisationen
- Bürger als Quelle von „breaking news“
- Schnelle Weiterverbreitung von Inhalten, unmittelbares Fakt-Checking



# Zwischenfazit

- Zunehmende technische Verbreitung verschiedenster Medien
- Diversifizierung der Medienplattformen
- Vervielfachung der Erzeuger von Inhalten
- Zunehmend schnellere Verbreitung von Inhalten
- Selbst-Selektion, Fragmentierung, Polarisierung

# Mediatisierung

- Mediatisierung = Logik der Medien beherrscht zunehmend die Logik anderer Lebensbereiche, inklusive der Politik
  - Themenselektion nach Nachrichtenwert
    - Neuheit / Überraschung
    - Relevanz
    - Prominenz
    - Negativität
  - Zeit: kurze Taktung, 24/7 Nachrichten
  - Formate: Visualisierung,

# Mediatisierung

- Wirkungen
  - Anpassung an Nachrichtenwerte, Zeit und Medienformate
  - Spin
  - Koordination: stay on message
  - Strategisches Informationsmanagement

# Mediatisierung: Tierkrisen, LM-Skandale

Medienberichterstattung durch Nachrichtenwert

- Überraschung
- Relevanz: Nahrungsmittel, unmittelbare Bedrohung
- Negativität: Krankheit, Tod, Betrug, wirtschaftlicher Schaden usw.
- Prominenz: politische Verantwortung
- Emotionalisierung durch Bilder
- Druck auf den Sektor und die Politik
- Dauerhafte Nachwirkung



Landwirtin mit BSE-Kuh.  
Source: bauernverband.ch



Source: telegraph.co.uk



# Beispiel: Problematisierung der Geflügelproduktion

- Analyse von britischen Medien 1985-2017
- Kontinuierliche Problematisierung des Sektors mit immer neuen Anlässen
- Insbesondere Salmonellen, Tiergesundheit und Tierwohl, Asiatische Vogelgrippe
- Praktische Folgen auf Märkte, Gesetzgebung und Tierhaltungspraktiken
- Mediale Macht
  
- Quelle: PhD-Arbeit Marie Garnier Ortiz, Wageningen

## Teil 2: Framing

- Die Diskussion über Landwirtschaft oft durch eine starke Emotionalisierung gekennzeichnet. Der Framing-Ansatz hilft nicht nur zu verstehen, wie Themen „gerahmt“ werden, sondern auch, wie „Rahmungen“ von Gegenständen, Personen, Identitäten und Beziehungen ineinander greifen.

# Framing

- „Ausüben von Einfluss über menschliches Bewusstsein durch die [...] Kommunikation von Information von einem Ort – einer Rede, Äußerung, Nachricht oder einem Roman – in dieses Bewusstsein“
- Auswahl und Herausarbeiten einiger Aspekte einer wahrgenommenen Realität, um
  - eine bestimmte Problemdefinition,
  - Ursacheninterpretation
  - moralische Bewertung und/oder
  - Problembehandlung
- ... zu befördern
- Diagnose, Bewertung, Empfehlung
- R.M. Entman (1993): Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm, Journal of Communication 43(4), p. 51f. (Übersetzung PHF)

# Beispiel BSE

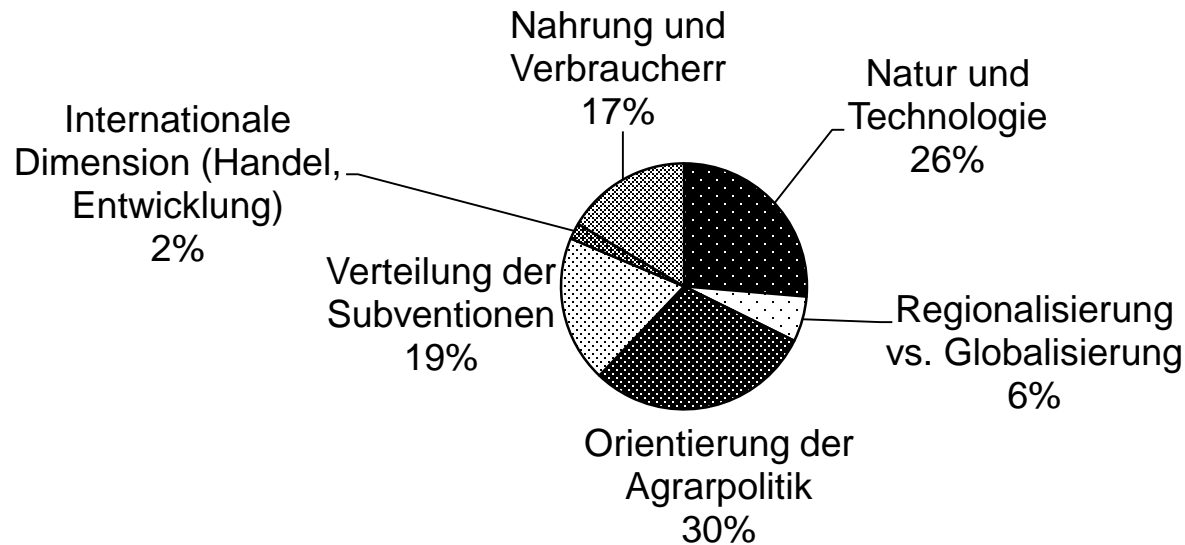
Bundeskanzler Schröder:  
Gelegenheit, um eine  
Perspektive für eine  
andere,  
verbraucherfreundliche  
Landwirtschaft zu  
entwickeln, also  
wegzukommen von den  
Agrarfabriken

Neue Ministerin Künast:  
Ab jetzt gilt: Vorrang für  
den vorbeugenden  
Verbraucherschutz  
Wir brauchen eine Wende  
in der Agrarpolitik

Agrarminister Funke: Wir  
brauchen Spezialisierung,  
wir brauchen  
Rationalisierung um mit  
dieser Globalisierung und  
Liberalisierung  
zurechtzukommen [...] ich  
sage diese an die Adresse  
aller, die glauben, wir  
könnten bestimmten  
idyllischen Merkmalen  
anhängen.



# Rahmungen der BSE-Krise



- Daten: Vollerhebung FAZ, SZ, FR, Welt, taz 1.1.2000 – 31.12.2001
- 5.067 Artikel mit 13.436 Aussagen

# Framing jenseits von Themen

- Themen-Frames: Worum geht es?
- Identitäts-Frames: Wer sind wir?
- Charakterisierungs-Frames: Wer sind die anderen?
- Beziehungs-Frames: Wie stehen wir und die anderen zueinander?
  - Freunde, Feinde, Kooperation, usw.
- Verantwortungs-Frames: Wer hat die Verantwortung?
  - Verursacher – Opfer – Helfer
- Verfahrens-Frames: Wie soll vorgegangen werden?
  - Markt, Autorität, Verhandeln, Beraten, usw.
- Macht-Frames
  - Allmacht, Ohnmacht, verteilte Macht, usw.

# Beispiel: Tierwohl

## Frames in Parteiprogrammen im deutschen Bundestagswahlkampf 2017

- Union: „praxistauglicher Tierschutz“
- SPD: „verbraucherorientierter Tierschutz“
- AfD: „tierquälerisches Schlachten verbieten“
- FDP: „artgerechte Haltung“ mit Warnung vor Strukturwandel durch Transparenz- und Kennzeichnungsregeln
- Linke: „soziale“, „gerechte“, „heimische“ Landwirtschaft
- Grüne: „verbesserte Haltungsbedingungen“, von „Tiergesundheit“ zu „Tierwohl“
  
- Quelle: Bachelor-Arbeit Paula Pickert, Humboldt-Universität zu Berlin, 2018

# Beispiel: Sterblichkeit bei Ferkeln in NL

**Table 4.3. The most frequently mentioned frames in social and news media.**

Frame	Standing in the social media discourse (%)	Standing in the news media discourse (%)	Crisis responsibility: Culprit	Crisis responsibility: Victim	Crisis responsibility: Solver
Varkens in Nood	61,38 <sup>+</sup>	42,86	Increasing litter size of sows (due to the efforts made by breeders and the choice of farmers)	Piglets & pigs	Government & Beter leven & Retail
Government	4,60	26,53	Increasing litter size of sows	Piglets	Sector
Pig sector	4,09	22,45	Demand of European consumer	Farmers	Change in demand of the European consumer, breeders and the sector themselves
Remaining	29,93 <sup>**</sup>	8,17 <sup>***</sup>	Varying <sup>+</sup>	Varying <sup>+</sup>	Varying <sup>+</sup>

<sup>+</sup> Individuals, news media, agriculture and political parties support the frame of Varkens in Nood <sup>\*\*</sup> News media, agriculture, business, individuals, politics, science and remaining <sup>\*\*\*</sup> Individuals and science

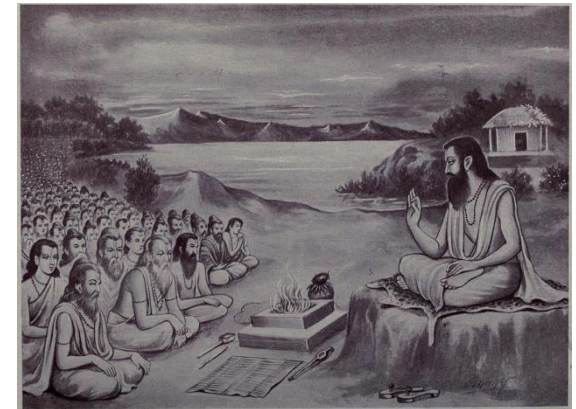
Quelle: Minor thesis Sanne van Zanen, Wageningen University 2016

# Teil 3 Narrative

- Im gesellschaftlichen Diskurs Argumente oft in Form von Geschichten kommuniziert, die in umfassendere „Narrative“ eingebettet sind.
- Erzählen als universale Form der Bedeutungsvermittlung
- Narrative: Geschichte mit einer Abfolge von Ereignissen, die durch einen Plot verbunden sind, und belebt durch dramatische Momente, Symbole und archetypische Charaktere, die in einer Moral der Geschichte gipfelt.



Source: [www.filmofilia.com](http://www.filmofilia.com)



Source: [Wikimedia Commons](https://commons.wikimedia.org/)

# Beispiel: Tierwohl kommunizieren

- Problemlage:
  - Erwartungsfalle
  - Mediatisierung
  - Vertrauensumstellung
- Kombinierte Kommunikation:
  - Kennzeichnung
  - Narrative
  - Kooperation

# Beispiel: Tierwohl kommunizieren

## Traditionsnarrativ

- Landwirtschaft arbeitet seit Tausenden von Jahren mit Tieren.
- Die landwirtschaftlicher Praktiker verstehen die Anforderungen von Tieren am besten.
- Tiergesundheit wird schon im Sinne der Produktivität beachtet.
- Man darf die Landwirte nicht überfordern.
- Behutsame und praxistaugliche Anpassungen an neue Gegebenheiten

## Transformationsnarrativ

- Bestehende Praktiken waren die Antwort auf die Herausforderungen von gestern.
- Die Landwirtschaft muss sich neuen gesellschaftlichen Anforderungen stellen.
- Auch die Wissenschaft vom Tier hat sich verändert.
- Daher verändern sich die Standards guter landwirtschaftlicher Praxis.
- Von der Tiergesundheit zum Tierwohl

# Organisierter Dialog als Fokus: Runder Tisch Tierwohl Hessen

- Start: März 2015
- Plenum mit ca. 35 Organisationen und Institutionen
- 3 Arbeitsgruppen: Rind, Schwein, Geflügel
- Aufbereitung der Problemlagen – gemeinsames Framing
- Gemeinsame Sammlung und Bewertung von Lösungsansätzen, z.B.
  - Beratungsangebote und Ausstieg aus der Ringelschwanzkürzung
  - Ausstieg beim Schnäbelkürzen
  - Ausstieg aus der Anbindehaltung bei Rindern
- Verabschiedung von gemeinsamen Erklärungen – Generierung von gemeinsamen Narrativen
- Begleitung durch aktive Öffentlichkeitsarbeit – breitere Verbindung herstellen

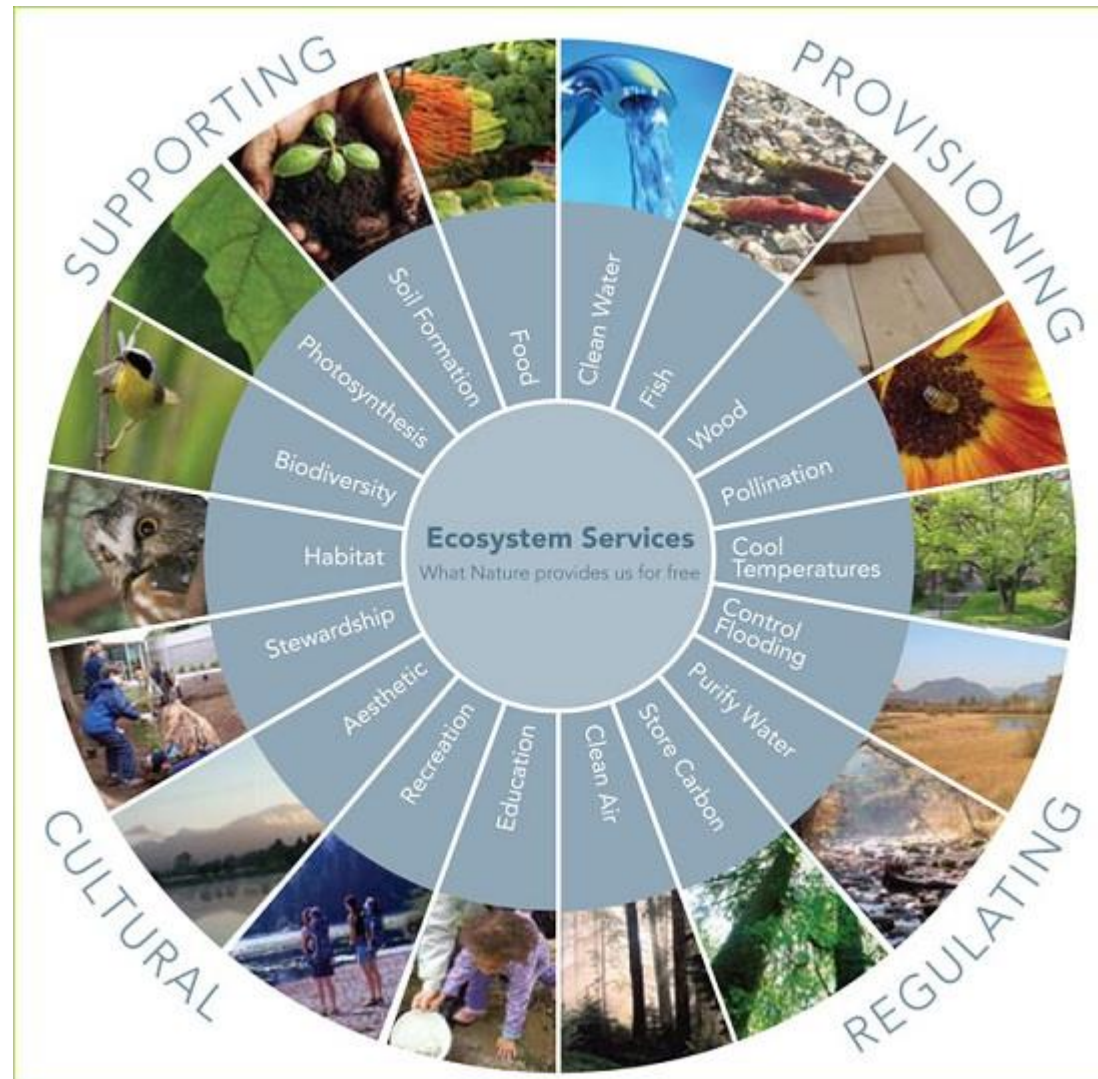


# Herausforderung Nachhaltigkeitsnarrative

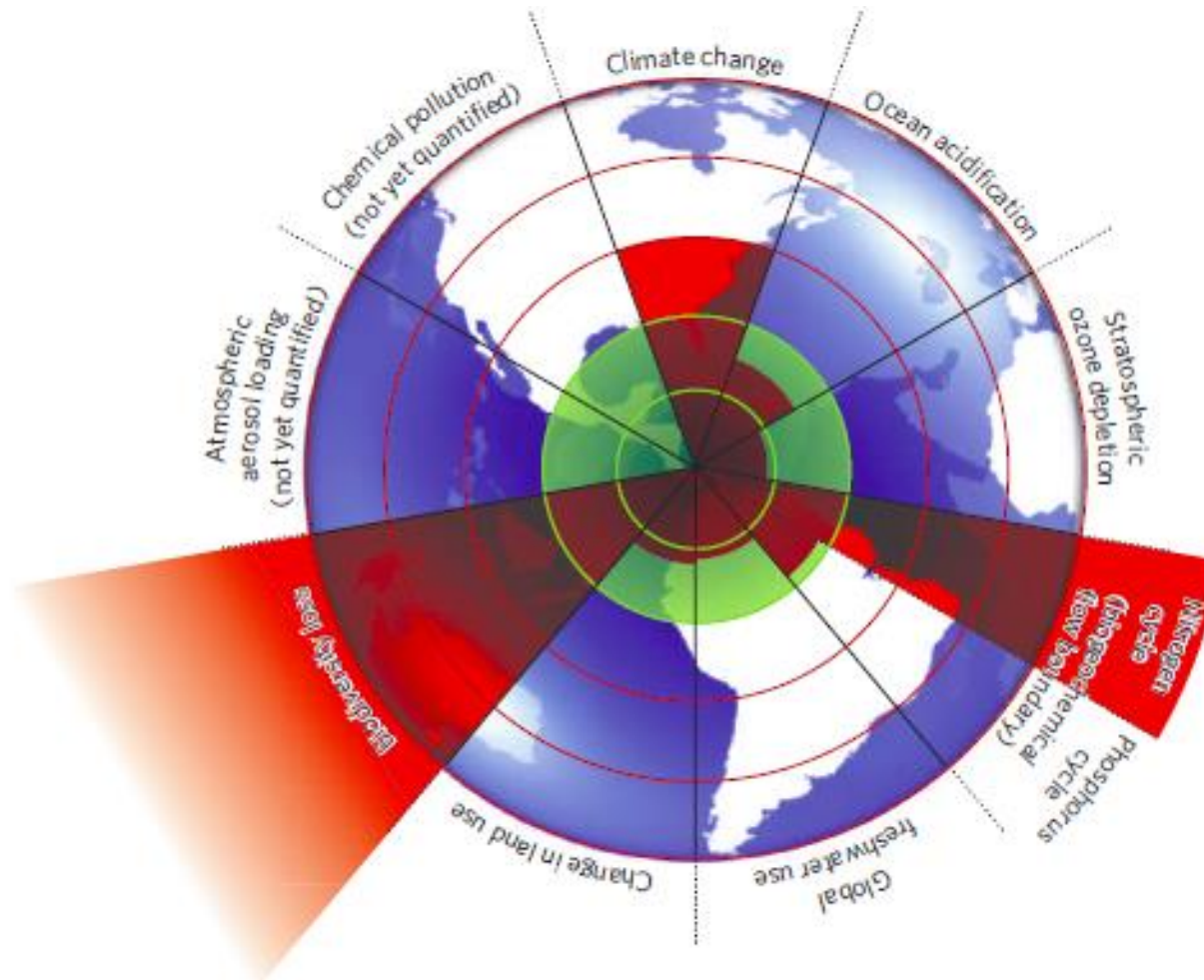
- Die Landwirtschaft Nachhaltigkeitsnarrativ der Landwirtschaft muss sich in die großen Narrative unserer Zeit einbetten.
- Ökonomische Narrative
  - Z.B. Globalisierung und ihre Schattenseiten
- Soziale Narrative
  - Z.B. 9 Milliarden Menschen satt bekommen
- Ökologische Narrative
  - Siehe folgende Folien

# Narrativ: Ökosystemleistungen

- Biologische Vielfalt ist die notwendige Grundlage für zahlreiche Ökosystemleistungen, die unverzichtbar für die Gesellschaft sind (z.B. Bodenfruchtbarkeit, Bestäubung, biologische Schädlingskontrolle, Wasserreinigung, kulturelle Funktionen). (Soliveres et al. 2016; TEEB DE 2012).

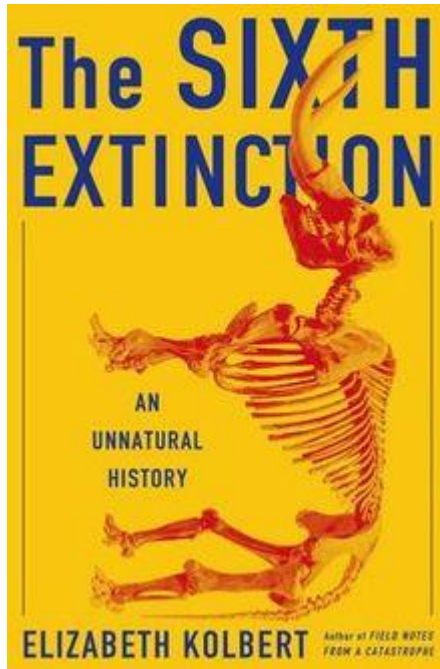


# Narrativ: Planetare Grenzen



Quelle: Johan Rockström et al (2009), A safe operating space for humanity, Nature 461

# Narrativ: Das “6. Massensterben”



- “Intense human pressure, both direct and indirect, is having profound effects on natural environments [...] one-third or more of the 6,300 [amphibian] species are threatened with extinction. This trend is likely to accelerate [...] we may have little time to stave off a potential mass extinction”  
(Wake and Vredenburg, 2008, Are we in the midst of the sixth mass extinction? A view from the world of amphibians, PNAS)

# Fazit

## Kommunikation

- als Herstellen von Verbindung, Bedeutung und Organisation

## Herausforderungen:

- Medialisierung, Erwartungsfalle, vom direkten zum Systemvertrauen (mit Inszenierung)

## Erforderliche Strategien:

- Positionierung in einer vielfältigen Medienlandschaft
- Einstellen auf Medienlogik und Medienzeit
- Framing: eigene Position klären und dann klare Rahmungen entwickeln
- Themen, Identitäten, Charakterisierungen, Verantwortung, Verfahren, Macht
- Kombination von Narrativen, Kennzeichen (auf Basis von messbaren Indikatoren) und Kooperation