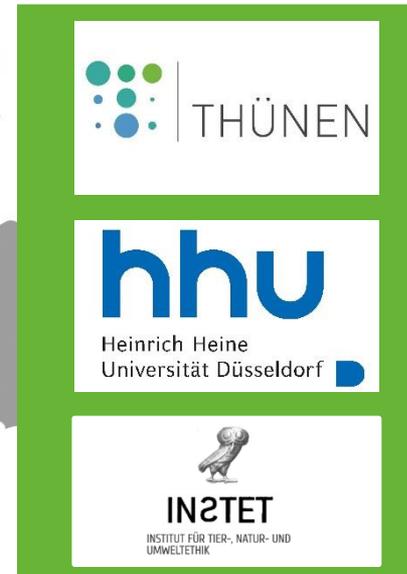


Dokumentation des Abschlussworkshops am 6.6.23 in Berlin



Programmpunkt	Thema	Zeitplan
Einführung & Impuls	Begrüßung & Eröffnung	10.30
	Impuls zum SocialLab von Prof. Harald Grethe	10.40
	Einführung & Ergebnisüberblick	11.00
AP1	Monitoring der gesellschaftlichen Akzeptanz der Nutztierhaltung	11.15
AP3	Diskussionsplattform: Zukunftswerkstatt landwirtschaftliche Tierhaltung	12.15
Pause		60 Min
AP2	Darstellung der Nutztierhaltung in den Medien und deren Wirkung	13.15
AP4	Virtueller Supermarkt	13.45
AP5	RealLabor: Systematische Entwicklung und prototypische Erprobung von innovativen Marktleistungen	14.15
Schlussworte	Ausblick & Verabschiedung	14.30



Akzeptanz durch Innovation

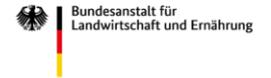
SocialLab

Gefördert durch



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Projektträger



Bundesanstalt für
Landwirtschaft und Ernährung

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impuls

PROF. HARALD GRETHE



Abschlussworkshop
06.06.2023

Einführung & Ergebnisüberblick

DR. MARIE VON MEYER-HÖFER

Thünen Institut





Das SocialLab Konsortium:



Technische
Universität
München



**DANKE an ALLE
Teilnehmerinnen und Teilnehmer des SocialLab Projekts!**



Das SocialLab Konsortium: Zuständigkeiten

Konsortium	Zuständigkeit
Thünen Institut	Koordination AP1, AP2, AP3
Fachhochschule Südwestfalen	AP1, AP2, AP3
Georg-August-Universität Göttingen	AP1
Institut für Tier-, Natur- und Umweltethik	AP1, AP3
Heinrich Heine Universität Düsseldorf	AP1, AP5
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn	AP1, AP4
Technische Universität München	AP1, AP4

Hintergrund



- SocialLab I **Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft** (Laufzeit: 2015-2019)
- SocialLab II **Akzeptanz durch Innovation** (Laufzeit: 2019-2023)
- Weitere Informationen unter: <https://www.sociallab-nutztiere.de/>

Arbeitspakete des SocialLab II

- **AP1: Monitoring** der gesellschaftlichen Akzeptanz der Nutztierhaltung
 - **AP2: Darstellung** der Nutztierhaltung in den Medien und deren Wirkung
 - **AP3: Diskussionsplattform** Zukunftswerkstatt landwirtschaftliche Tierhaltung
 - **AP4: Virtueller Supermarkt**
 - **AP5: RealLabor** - Systematische Entwicklung und prototypische Erprobung von innovativen Marktleistungen
- **Forschungsinfrastruktur (transdisziplinär, partizipativ, multimethodisch)**
- **Fokus: alle Tierarten**

SocialLab II: Ergebnisse für die Politik & Forschung

Lab Gedanke: Einmaliges Instrumentarium

Etablierung von funktionierender Forschungsinfrastruktur:

- Monitoring
- Medienanalysen
- Zukunftswerkstatt Landwirtschaftliche Tierhaltung
- Virtueller Supermarkt
- RealLabor

→ Nutzen für zukünftige Entscheidungen / Evaluierung von politischen / wirtschaftlichen Entscheidungen → Weiterentwicklung der Tierhaltung

SocialLab II: Ergebnisse für die Politik & Praxis

- **Sehr ähnliche Wahrnehmung der Tierwohlsituation** in der Bevölkerung und Landwirtschaft
- **Bedenken gelten für alle Tierarten** und gängigen Haltungssysteme
- **Tierschutz hat den höchsten Stellenwert für die Gesellschaft** im direkten Vergleich mit anderen Nachhaltigkeitsaspekten (z. B. Klimaschutz)
- **Tiergesundheit spielt eine nicht zu unterschätzende Rolle** für Akzeptanz der Tierhaltung (#Medikamenteneinsatz / Verbindung zu: Geschmackserlebnis)
- **Wahrgenommener Tierschutz / Tierwohl** wichtig für Akzeptanz der Tierhaltung

SocialLab II: Ergebnisse für die Politik & Praxis

- Wunsch nach **natürlicheren und artgerechteren Haltungsbedingungen** für alle Tierarten sowie nach **wahrnehmbaren Verbesserungen** in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung
 - **Einfluss moralischer Wertungen auf den Appetit und Geschmack** von Lebensmitteln
- **bisher unausgeschöpftes Potenzial** für die Vermarktung **ethisch unbedenklicher Lebensmittel**

SocialLab II: Ergebnisse für die Politik & Praxis

Umsetzung der Transformation der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung:

- **Navigation:** Konsens über das Ziel und den Weg sicherstellen
- **Konsensfindung:** bedarf wissenschaftlicher Begleitung, Moderation & Mediation
- **Partizipation:** alle Beteiligten & Betroffenen (+TIERE) mitnehmen
- **Schaffung:** stabiler politischer Rahmenbedingungen, Management Ressourcen & gesellschaftlicher Akzeptanz

SocialLab II: Ergebnisse für die Politik & Praxis

- Eine deutlich nachhaltigere und reduzierte landwirtschaftliche Nutztierhaltung einschließlich eines reduzierten Konsums tierischer Lebensmittel wird unterstützt.
- Strengere Tierschutzgesetze und -kontrollen durch den Staat gefordert
- Nur vergleichsweise wenige Bürger*innen lehnen Verbote oder zusätzliche Steuern auf weniger tierfreundliche Verfahren ab.
- **Neben den kleinräumigen Anpassungen in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung muss die Diskussion über die strategische Neuausrichtung der deutschen Landwirtschaft als Ganzes in ihrem globalen Kontext geführt werden.**

Ausblick

1. Transformationspfade ausloten und begleiten

Die zukünftige Entwicklung rund um die landwirtschaftliche Nutztierhaltung mit Fokus auf WIEVIEL?! und WO?! WAS?! in den Blick nehmen
(Diskussionsplattform)

2. Konsumverhalten besser verstehen / Transformation des Konsumverhaltens unterstützen

Lücken schließen zwischen Einstellung : Verhalten (RealLabor / virtueller Supermarkt / angewandte Ethik)

3. Langfristiges Monitoring gesellschaftlicher Akzeptanz der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung zur Ausrichtung politischer und wirtschaftlicher Entscheidungen (Monitoring)

AP1 Monitoring der gesellschaftlichen Akzeptanz der Nutztierhaltung

DR. MARIE VON MEYER-HÖFER

Thünen Institut



AP1: Hintergrund

Ablauf:

- 4 online Befragungswellen zwischen 2021 und 2023
- repräsentative Samples von Bürger*innen
- online Befragung von Landwirt*innen
- Interviews mit Vertreter*innen des Lebensmitteleinzelhandels (LEH)

Befragungsmodule:

- Wahrnehmung
- Akzeptanz
- Zielkonflikte
- ethisch motiviertes Ernährungsverhalten
- Informationsbedürfnisse / Labelling

- Weiterhin werden die zentralen Haltungsaspekte bei allen Tierarten kritisch gesehen (Platz, Zugang ins Freie, Einstreu, Medikamente)
- Bemühungen der Branche zur Verbesserung der Haltungsbedingungen schlagen sich bisher nur teilweise nieder
- die Art und Weise, wie die Bürger*innen die Nutztierhaltung heute sehen, entspricht nicht ihrem Bild von tiergerechter Haltung
- Verbesserungen werden auch in der Bio-Tierhaltung erwartet, v. a. bei Kühen zur Erzeugung von Milch

Wahrnehmung		Mastschweine				Milchkühe			
		-	- / +	+	?	-	- / +	+	?
...haben in ihrem Stall genug PLATZ, um sich zu bewegen.	2021	67%	13	9	11	56%	15%	20%	9%
	2023	56%	15%	21%	8%	44%	16%	28%	12%
...haben ausreichend Zugang ins FREIE / genug WEIDEGANG.	2021	73%	8%	8%	11%	53%	19%	20%	8%
	2023	62%	14%	15%	9%	41%	19%	28%	12%
Die Ernährung ... entspricht nicht dem, was sie natürlicherweise FRESSEN sollten.	2021	16%	14%	56%	14%	25%	16%	49%	10%
	2023	13%	19%	58%	10%	19%	22%	46%	13%
Der Boden des Stalls ist mit weichem Material EINGESTREUT.	2021	43%	21%	17%	19%	34%	23%	27%	16%
	2023	42%	18%	26%	14%	25%	24%	33%	18%
...bekommen nur MEDIKAMENTE, wenn sie krank sind.	2021	54%	16%	14%	16%	43%	18%	24%	15%
	2023	41%	21%	25%	13%	27%	21%	33%	19%
Die einzelnen Landwirte HALTEN ZU VIELE ..	2021	11%	17%	60%	12%	19%	24%	45%	12%
	2023	12%	21%	57%	10%	15%	24%	47%	14%

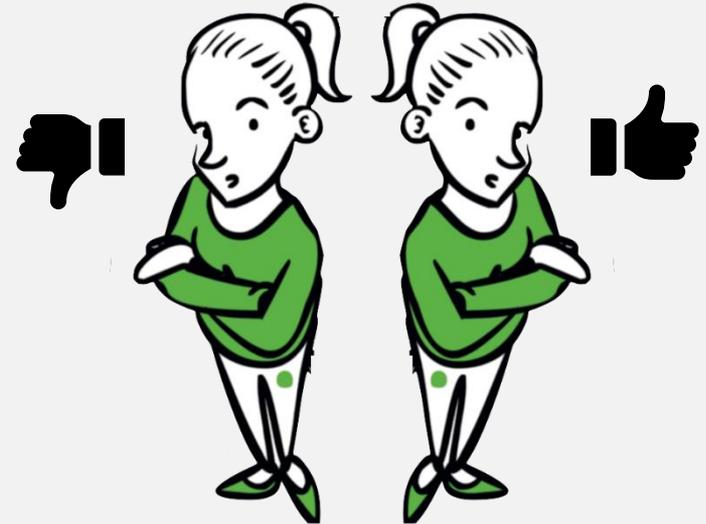
Notiz: Die auf einer 7-stufigen Skala bewerteten Statements wurden wie folgt zusammengefasst: - „stimme überhaupt nicht zu (1)“, „stimme nicht zu (2)“, und „stimme eher nicht zu (3)“; - /+ „unentschlossen (4)“; + „stimme eher zu (5)“, „stimme zu (6)“, und „stimme voll und ganz zu (7)“; ?, „kann ich nicht beurteilen (8)“; á 500 Befragten pro Tierart

Wahrnehmung

		Masthähnchen				Legehennen			
		-	- / +	+	?	-	- / +	+	?
...haben in ihrem Stall genug PLATZ, um sich zu bewegen.	2021	64%	11%	12%	13%	62%	14%	13%	11%
	2023	48%	15%	25%	12%	49%	18%	23%	10%
...haben ausreichend Zugang ins FREIE / genug WEIDEGANG.	2021	67%	13%	8%	12%	60%	17%	11%	12%
	2023	47%	17%	24%	12%	45%	20%	23%	12%
Die Ernährung ... entspricht nicht dem, was sie natürlicherweise FRESSEN sollten.	2021	12%	14%	58%	16%	16%	15%	55%	14%
	2023	13%	19%	52%	16%	13%	23%	50%	14%
Der Boden des Stalls ist mit weichem Material EINGESTREUT.	2021	36%	20%	20%	24%	37%	22%	21%	20%
	2023	31%	23%	30%	16%	30%	26%	27%	17%
...bekommen nur MEDIKAMENTE, wenn sie krank sind.	2021	50%	15%	16%	19%	49%	17%	16%	18%
	2023	36%	20%	27%	17%	34%	21%	27%	18%
Die einzelnen Landwirte HALTEN ZU VIELE ..	2021	12%	13%	57%	18%	9%	16%	61%	14%
	2023	13%	21%	52%	14%	14%	23%	50%	13%

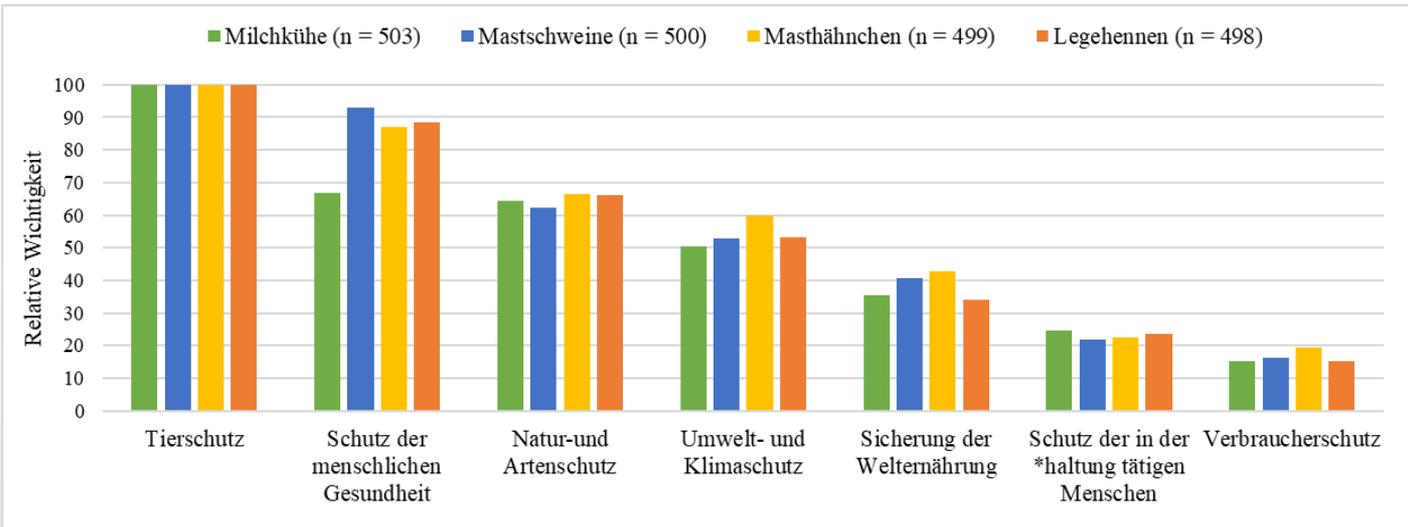
Notiz: Die auf einer 7-stufigen Skala bewerteten Statements wurden wie folgt zusammengefasst: - „stimme überhaupt nicht zu (1)“, „stimme nicht zu (2)“, und „stimme eher nicht zu (3)“; - /+ „unentschieden (4)“; + „stimme eher zu (5)“, „stimme zu (6)“, und „stimme voll und ganz zu (7)“; ? „kann ich nicht beurteilen (8)“; á 500 Befragten pro Tierart

Arbeitspaket 1: Zielkonflikte



1. Wie gehen Bürger*innen mit Zielkonflikten zwischen unterschiedlichen Zielkategorien um?

- Messung der Wichtigkeit 7 ausgewählter Aspekte (mit und ohne Beispiele)
- Methode: Best-worst Scaling und/oder Ranking, je nach Befragungswelle



Beispielhafte Ergebnisse aus Befragungswelle 1, Best-worst Scaling

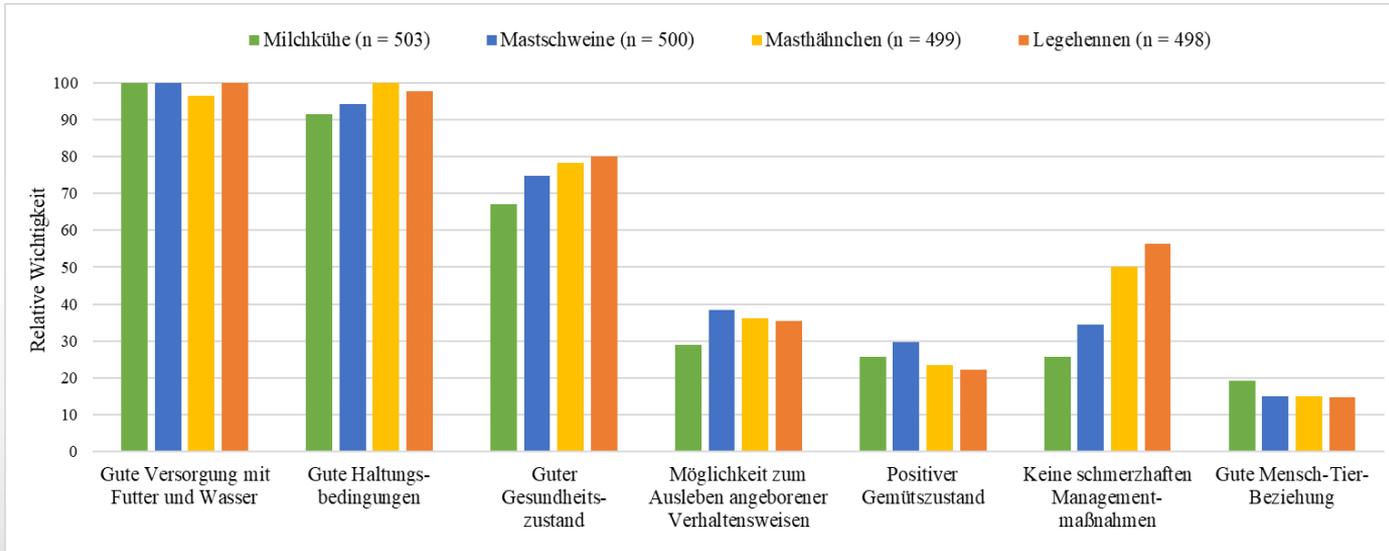
Ergebnisse:

- Tierschutz auf Platz 1, gefolgt vom Schutz der menschlichen Gesundheit
- Umwelt- und Klimaschutz nur ca. halb so wichtig wie Tierschutz
- Gleiche Wichtigkeitsreihenfolge bei allen Tierarten
- Vergleich der 4 Befragungswellen:

Nur vereinzelt Verschiebungen in der Wichtigkeitsreihenfolge oder Höhe der Wichtigkeit (bei den unteren Plätzen)

2. Wie gehen Bürger*innen mit Zielkonflikten innerhalb der Zielkategorie Tierschutz/Tierwohl um?

- Messung der Wichtigkeit 7 ausgewählter Unter Aspekte (mit und ohne Beispiele)
- Methode: Best-worst Scaling und/oder Ranking, je nach Befragungswelle



Ergebnisse:

- Platz 1&2 belegen je nach Tierart „Gute Versorgung mit Futter und Wasser“ und „Gute Haltungsbedingungen“
- Auf Platz 3 bei allen Tierarten „Guter Gesundheitszustand“
- Vergleich der 4 Befragungswellen:

Platz 1-3 teilen sich immer dieselben Aspekte, auch wenn genaue Platzierung je nach Tierart teilweise wechselt

Ähnliches gilt für Platz 4-6

Platz 7 immer gleich

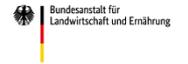
Beispielhafte Ergebnisse aus Befragungswelle 1, Best-worst Scaling

Arbeitspaket 1: Ethische Einstellungen

Gefördert durch



Projekträger

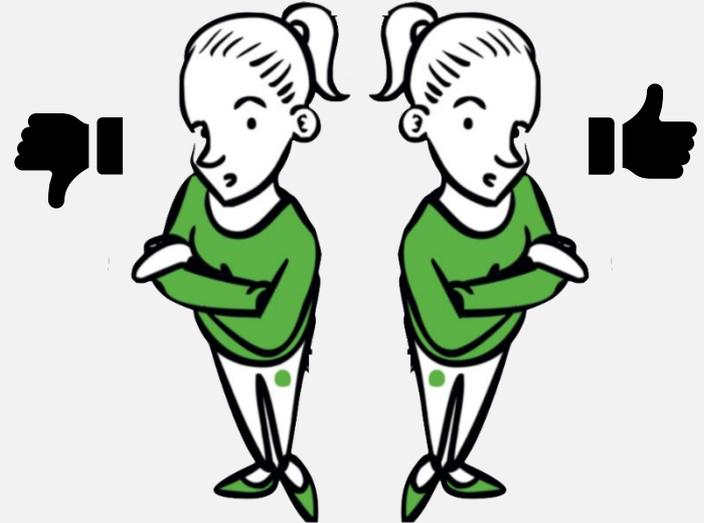


aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



IN2TET

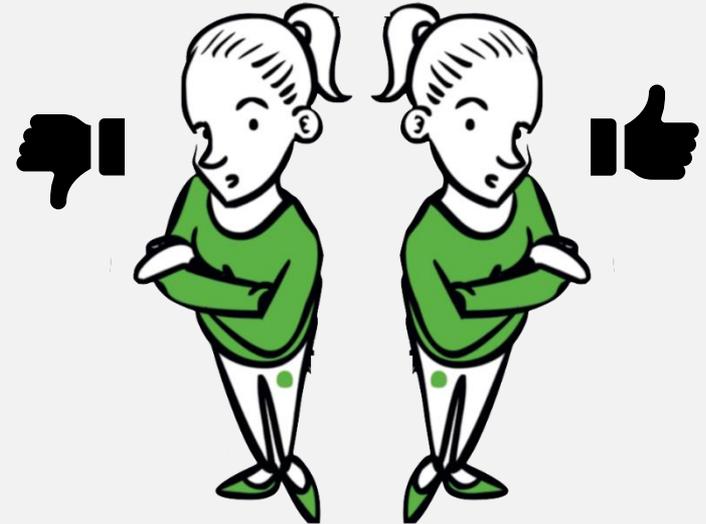
INSTITUT FÜR TIER-, NATUR- UND
UMWELTETHIK



Ethische Einstellungen – zentrale Ergebnisse

- ca. 90% der Befragten gehen zumindest bei einem Teil der Tierhaltungsverfahren davon aus, dass es zu Beeinträchtigungen des Tierwohls kommt → ca.70% fordern, das Tierschutzrecht für landwirtschaftliche Nutztiere zu verschärfen
- ca. 90% der Befragten geben Mehrzahlungsbereitschaft für mehr Tierwohl an
- ca. 65 % der Befragten fühlen sich verpflichtet, durch die eigenen Kaufentscheidungen Einfluss auf die Haltungsbedingungen der landwirtschaftlichen Nutztiere zu nehmen
- **Nur etwa 40 % der Befragten können sich problemlos mit Lebensmitteln versorgen, die genau ihren Vorstellungen davon entsprechen, wie Lebensmittel erzeugt werden sollten (AP4: Angebot erhöht Nachfrage)**

Arbeitspaket 1: Akzeptanz (SAS)



Akzeptanz – Ein multidimensionales Konstrukt



Benennungen wurden nicht angezeigt. Bezeichnung wurde in einem ausführlichen kognitiven Pretest validiert (vgl. Mukhamedzyanova et al. 2021).

Bitte beantworten Sie, inwieweit jede der folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutrifft.

Sie können Ihre Antwort auf einer 11-Punkte-Skala angeben von 0 = Trifft überhaupt nicht auf mich zu bis 10 = Trifft voll und ganz auf mich zu“

* In den nachfolgenden Aussagen soll unter der Bezeichnung „landwirtschaftliche Nutztierhaltung“ Folgendes verstanden werden:
vorrangig praktizierte landwirtschaftliche Nutztierhaltung nach gesetzlichem Mindeststandard

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Gegnerschaft: Da ich Gegner der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung bin, handle ich nicht nur privat, sondern auch öffentlich aktiv dagegen.

Ablehnung: Da ich die landwirtschaftliche Nutztierhaltung ablehne, äußere ich diese Meinung durch mein alltägliches Handeln.

Unentschlossenheit: Da ich Verschiedenes über die landwirtschaftliche Nutztierhaltung gehört habe, bin ich unentschlossen, wie ich mich in diesem Zusammenhang verhalten soll.

Gleichgültigkeit: Da ich im Grunde kaum Berührungspunkte mit der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung habe, habe ich auch keine Meinung dazu.

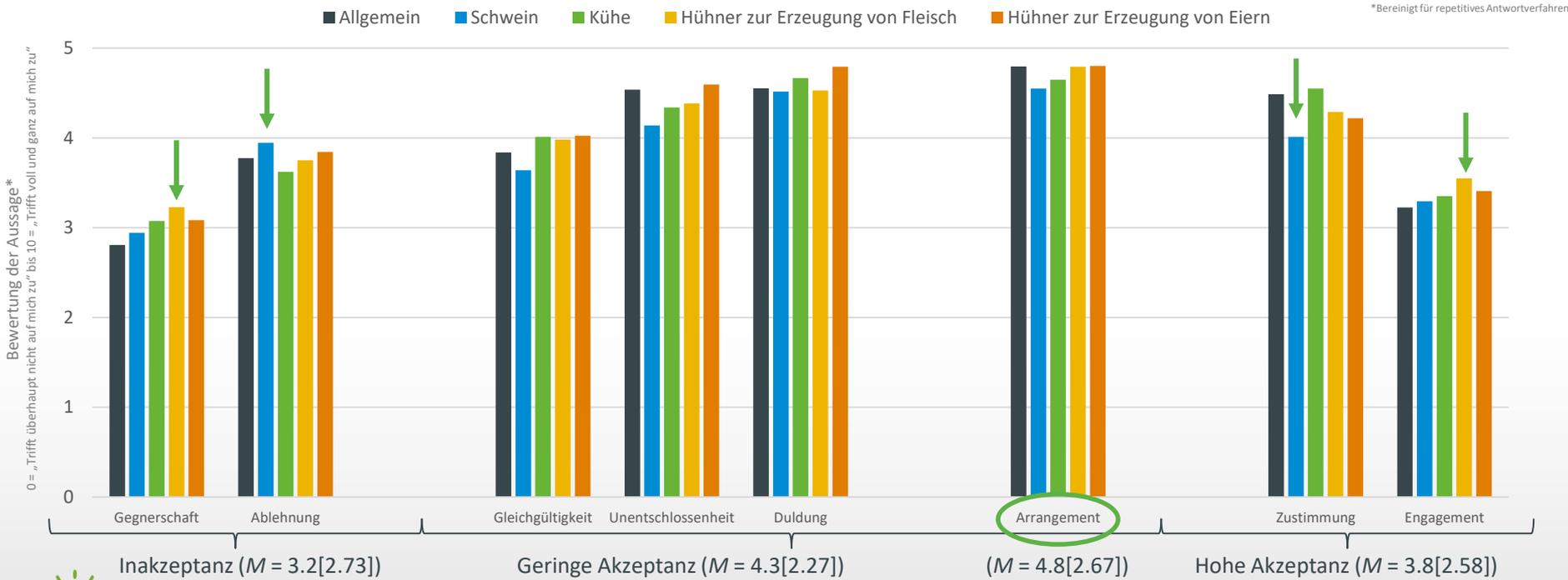
Duldung: Da ich das Gefühl habe, wenig an der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung verändern zu können, nehme ich sie so hin wie sie ist.

Arrangement: Da ich eine Veränderung der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung wahrnehme, arrangiere ich mich mit ihr, solange dies der Fall ist.

Zustimmung: Da ich die landwirtschaftliche Nutztierhaltung gut finde, äußere ich diese Meinung durch mein alltägliches Handeln.

Engagement: Da ich Befürworter der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung bin, setze ich mich nicht nur privat, sondern auch öffentlich aktiv dafür ein.

Ergebnis – Geringe Akzeptanz (Stand: Frühjahr 2023)



Mobilisierungspotenzial
($r_{Gegnerschaft} = .621$; $r_{Ablehnung} = .556$)



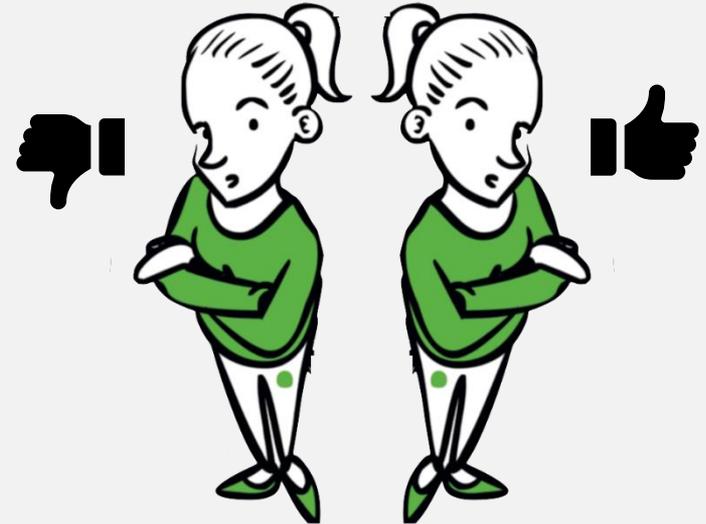
Mobilisierungspotenzial
($r_{Zustimmung} = .422$; $r_{Engagement} = .574$)



Kernergebnisse: Geringe Akzeptanz (Stand: Frühjahr 2023)

- **Die aktuelle Akzeptanz:**
 - insgesamt gering
 - Situation wird jedoch hingenommen, solange eine Veränderung wahrgenommen wird
- **Mobilisierungspotenzial:**
 - SAS identifiziert eventuelle kritische Entwicklungen
 - Mobilisierungspotenziale zeigen sich an beiden Enden des Akzeptanzspektrums, wobei diese am unteren Ende geringer sein können.
 - Am ehesten sind Mobilisierungspotenziale bei der Haltung von Hühnern zur Fleischerzeugung zu erwarten.
 - **Generell spiegelt sich die aktuelle Polarisierung der Gesellschaft auch im SAS wider.**

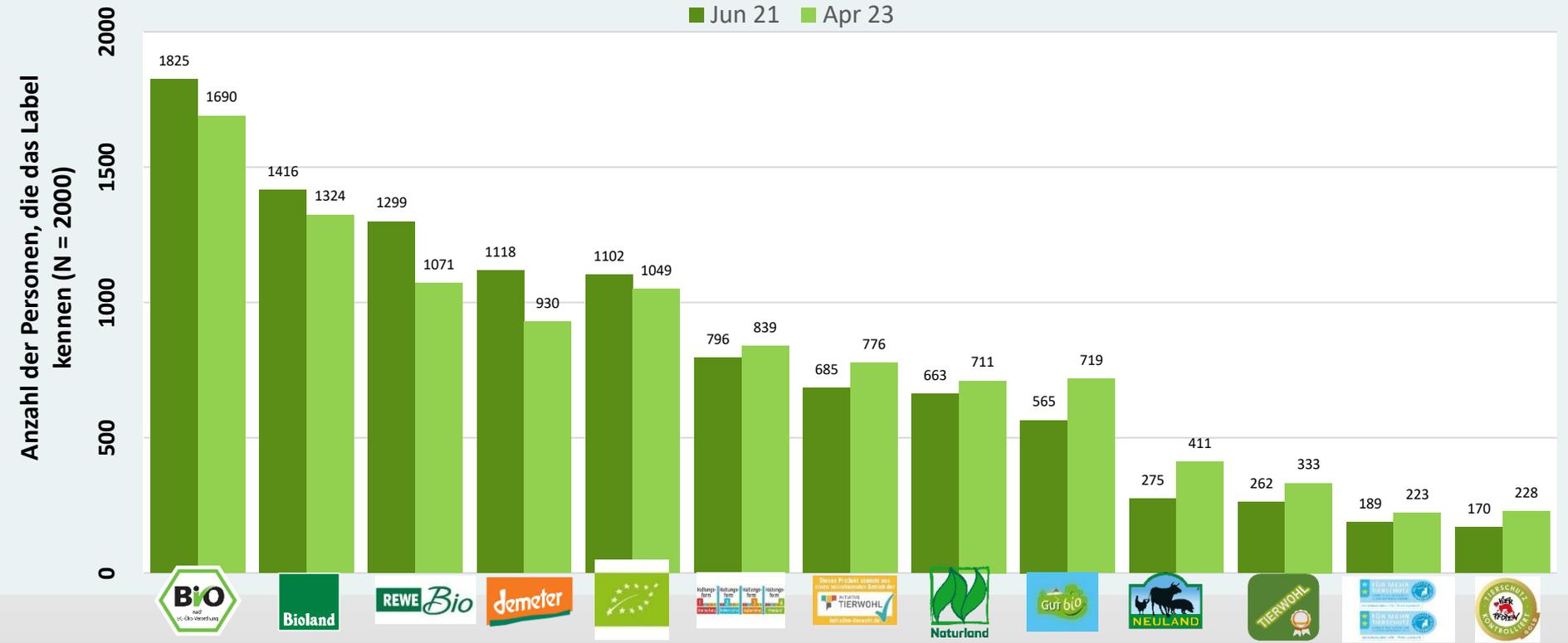
Arbeitspaket 1: Info / Labelling



TUM

Technische Universität München

Bekanntheit von Labels



Arbeitspaket 1: Sicht Landwirtschaft & LEH

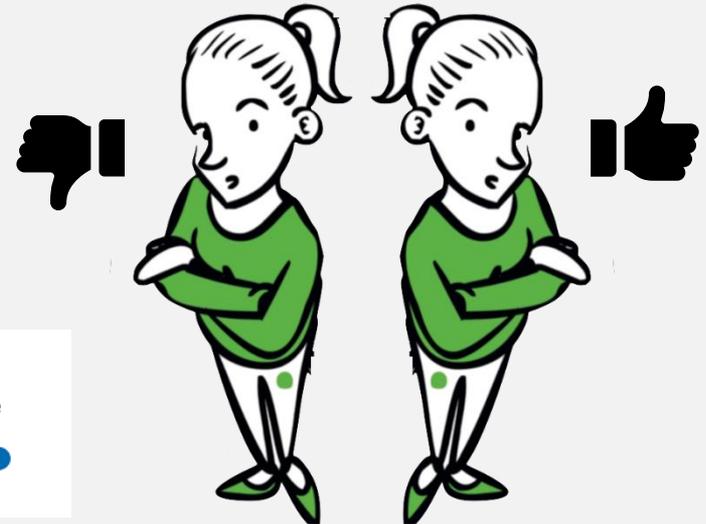
Gefördert durch

Projekträger

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Fachhochschule
Südwestfalen
University of Applied Sciences

hhu
Heinrich Heine
Universität
Düsseldorf



Befragung von Landwirt*innen: zentrale Ergebnisse

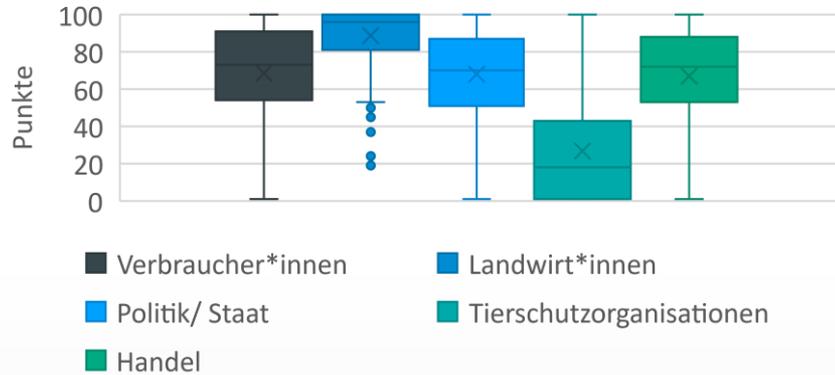


Abbildung 1: Ergebnisse zur Frage „Die Verpflichtung für Tierwohlbefinden bei landwirtschaftlichen Nutztieren zu sorgen, ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Viele Bevölkerungsgruppen können auf verschiedene Art und Weise für Tierwohl sorgen. Wie groß ist Ihrer Meinung nach die Verpflichtung der folgenden Gruppen, sich dafür einzusetzen?“; 0 Punkte = keine Verpflichtung, 100 Punkte = sehr große Verpflichtung

- Landwirt*innen sehen sich selbst in der größten Verpflichtung für das Tierwohl
- Bio-Tierhaltung wird besser bewertet (außer bei Kühen)
- Darstellung in den allgemeinen Medien wird scharf kritisiert; Darstellung in regionaler Presse wird als realistischer bewertet
- „Planungssicherheit“ & „Gesellschaftlicher Rückhalt“ als zentrale Voraussetzungen für Erfüllung dieser Verpflichtung / Weitergabe des Betriebs

Befragung von Vertreter*innen des LEH: zentrale Ergebnisse

Veränderte Konsummuster:

- Motivation zu verändertem Konsumverhalten ist deutlich erkennbar.
 Sie ist sowohl extrinsisch (Preissensibilität aufgrund von Inflation)
 als auch intrinsisch (veränderte Ernährungsmuster) begründet
- Die Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen ist nach wie vor komplex

Digitalisierung:

- Die Digitalisierung des LEH bietet viele Chancen:
 - Steigerung der Transparenz der Lieferketten
 - Lösung neuer betrieblicher Herausforderungen (Fachkräftemangel)

Politische und rechtliche Entwicklungen:

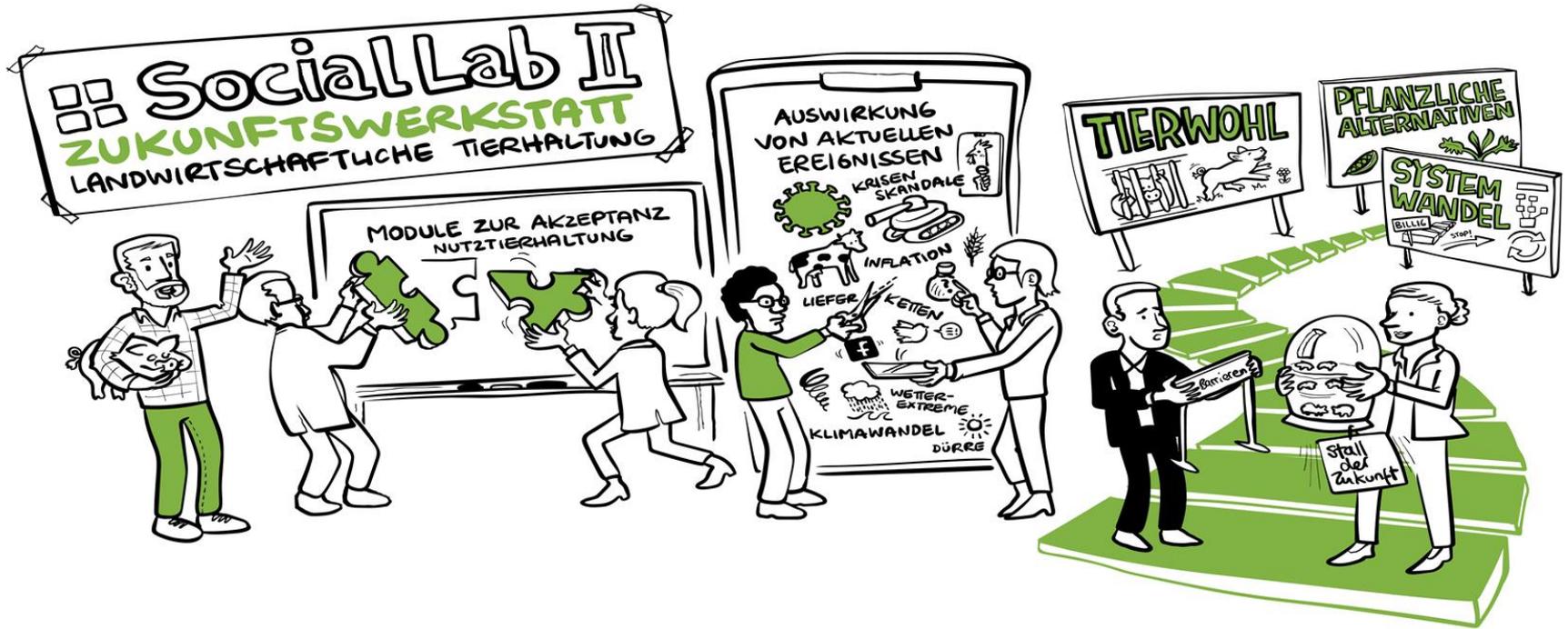
- Der LEH hat die politischen Entwicklungen (z.B. Lieferkettengesetz, Tierwohllabel) im Blick
- Wunsch nach fairen und gleichen Wettbewerbsbedingungen (Level-Playing-Field) sowie nach kooperativen, konsensualen Lösungen (z.B. Borchert-Kommission)

AP3 Diskussionsplattform „Zukunftswerkstatt landwirtschaftliche Tierhaltung“

DR. MARIE V. MEYER-HÖFER & DR. PHILIPP V. GALL
Thünen Institut & INSTET



Die SocialLab Zukunftswerkstatt



Merkmale der SocialLab Zukunftswerkstatt

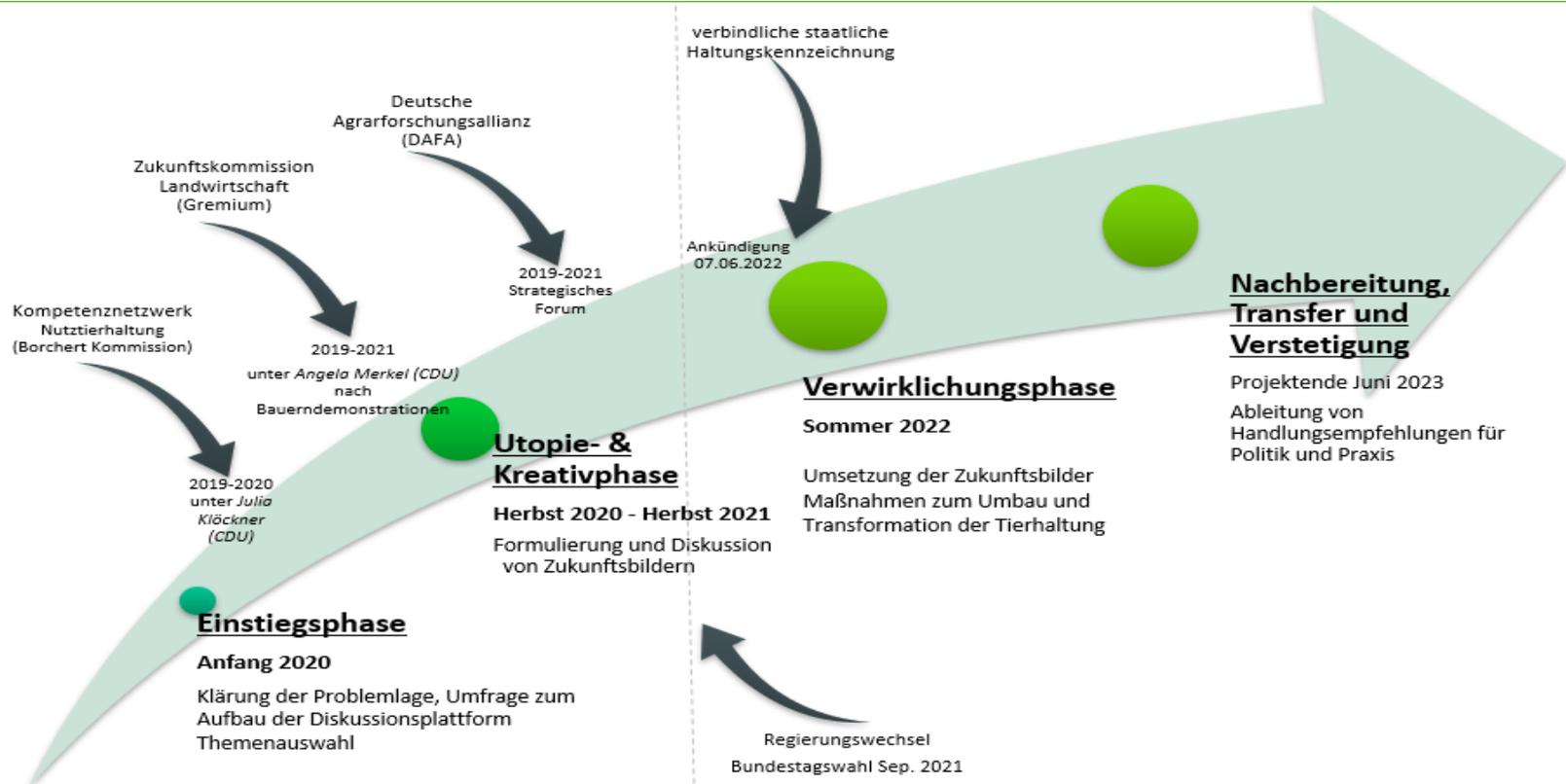
- **Transparent & ergebnisoffen**
- **Moderation & Mediation**
- **inhaltlich:**
 - Zukunft der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung umfasst „Wie“ und „Wieviel“
- **konzeptionell:**
 - Beteiligung & Teilhabe
 - diverser Interessengruppen
 - der Tiere
 - Verhandlung von Wissen / Konsens
 - Ausgleich emotionaler und ökonomischer Interessen

Die Zukunftswerkstatt in Zahlen: Das Netzwerk

Beteiligte	Umsetzungsform	Teilnehmer
Einstiegs- und Kritikphase		
Landwirte : Bürger	Live Gruppendiskussionen in & 6 Bundesländern	48
Stakeholder, Wissenschaftler	Online Kleingruppendiskussionen und Telefoninterviews	22
Utopie- und Kreativphase		
Landwirte : Bürger	Live Gruppendiskussionen in & 6 Bundesländern	94
Stakeholder	2 online Workshops, Telefoninterviews	18
Umsetzungsphase		
<i>Bürger</i>	<i>Online Bürgerbefragungen</i>	1.030 + 2000
Bürger, Landwirte, Stakeholder, Wissenschaftler	Online Workshop „Brückenkarten“	14
	Online Workshop „Kommunikation“	19
	Online Workshop „Partizipation“	8
<i>Stakeholder & Landwirte</i>	<i>Online Befragung</i>	3.137
Landwirte, Stakeholder, Wissenschaftler	Online Workshop	45

DANKE!!!

Ablauf der SocialLab Zukunftswerkstatt und äußere Einflüsse



Inhaltliche Ergebnisse der SocialLab Zukunftswerkstatt

Z1 „Status Quo mit höheren Tierwohl- und Umweltstandards“



Z2 „Systemwechsel artgerechte Haltung & reduzierter Konsum“



Z3 „Tierhaltung durch Alternativen ersetzen“



Rank	Z1	Z2	Z3
1	35,3%	51,8%	13,0%
2	30,8%	38,5%	30,7%
3	34,0%	9,7%	56,3%

Inhaltliche Ergebnisse der SocialLab Zukunftswerkstatt

- Eine behutsame und innovationsgetriebene Reduktion der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung wird von Bürger*innen unterstützt, wenn sie mit Aufbau von Verbesserungen / Alternativen einhergeht
- Ein „Weiter so“ wird nicht gewünscht selbst Status Quo Befürworter*innen sind für Veränderung durch Innovation
- Die Hälfte der Befragten spricht sich für einen Systemwandel in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung aus und hat bereits bzw. plant das Konsumverhalten entsprechend anzupassen (Reduktion)
- Es kann angenommen werden, dass sich dieser Trend in der nächsten Zeit für Deutschland noch verstärkt

Wie gelingt der Dialog um die Zukunft der Tierhaltung?

- **Paradigmenwechsel** → Zukunft der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung auch Zukunft ihrer Alternativen (neue Interessen und Allianzen)
- **Dialog um Wissen:** Kenntnisstände zunehmend „umkämpft“ – Faktenbasis muss auch im Dialog erarbeitet werden
- **Dialog um Kompromisse:** Herausforderung zunehmend differenzierter und neuer Interessengruppen
- **Weg und Ziel:** Mittel ebenso umstritten wie Ziele (aber Fachwissen!)
- **Rolle der Mediation** – Werte und Emotionen ernst nehmen

AP2: Darstellung der Nutztierhaltung in den Medien und deren Wirkung

B. BARDUSCH, A. SCHULZE WALGERN, I. SCHRÖTER, B. BORGMEIER, C. HAGEN, I. CHRISTOPH-SCHULZ, M. MERGENTHALER

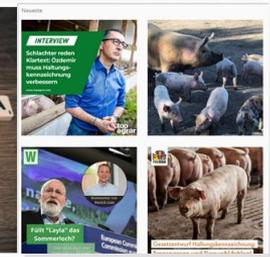
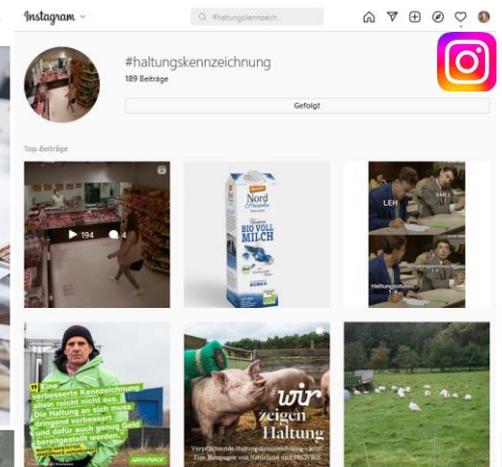
Fachhochschule Südwestfalen, FB Agrarwirtschaft, Soest & Thünen-Institut für Marktanalyse Braunschweig



Einleitung

Streit um Äcker, Ställe und Tiere

VON JANNIK Waidner - AKTUALISIERT AM 29.08.2021 - 21:36



Ziel - Medienwirkungsanalyse

Auswertung der Medien und ihrer Wirkung auf die Rezipienten

- Wie bewerten deutsche Bürger*innen die Nutztierberichterstattung?
- Wie erfolgt die Darstellung in den Medien? Welche Medien-Frames sind sehr präsent?
- Stehen Medien-Frames und die Rezipientenframes im Zusammenhang?
- Wie wirken sich Beiträge aus den Sozialen Medien auf die Akzeptanz der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung und die Bereitschaft zur Online-Beteiligung aus?

Begriffsdefinition Framing nach Matthes et al. 2009 u. 2014

Framing: aktiver Prozess → selektives Hervorheben bzw. Ausblenden

Frames - Sinnhorizonte von Akteur*innen

Framing im **Journalismus** hat zwei Ebenen

- Auswahl des Themas
- Strukturierung des Themas



Medienframes sind eine Folge dieser journalistischen Frames und lassen sich im Text als solche identifizieren

Rezipient*innen verarbeiten angebotene Medieninhalte und ordnen sie in eigenen Rahmen ein

Methodik – Überblick Medienwirkungsanalyse

Panelbefragung



- verbundene Stichprobe in zwei Wellen, Frühjahr 2021 und Frühjahr 2022 mit 1800 Teilnehmenden

Medieninhaltsanalyse



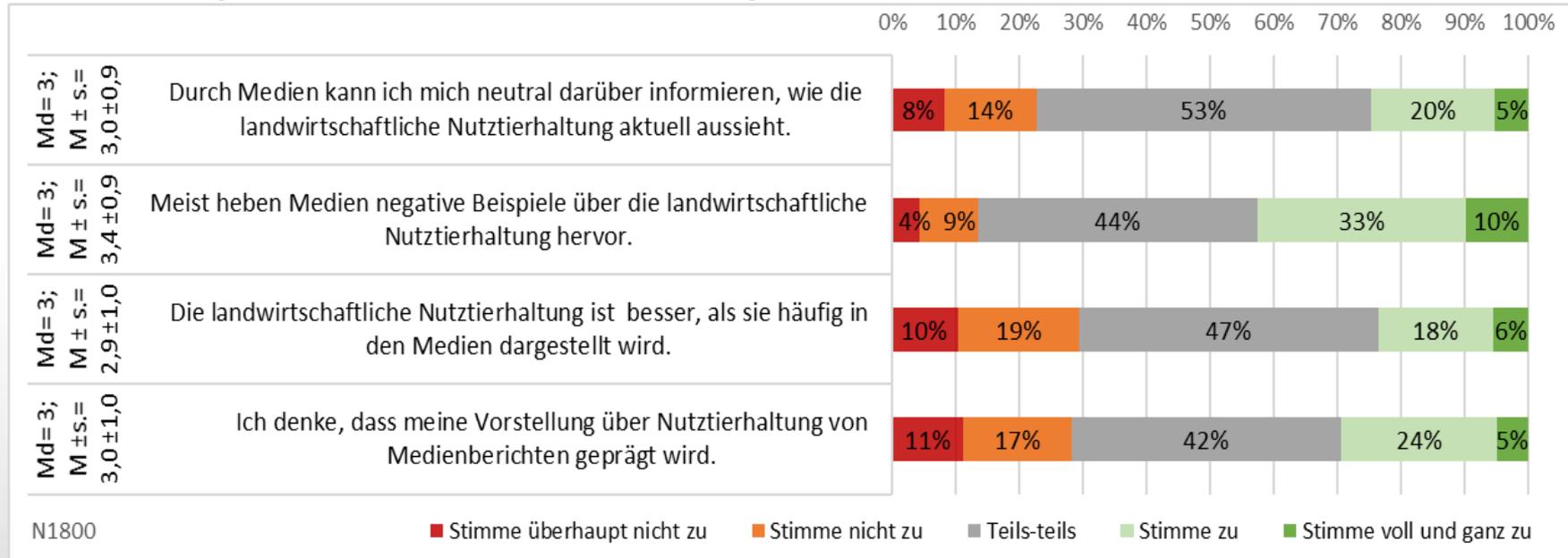
- 1437 Artikel aus 15 (über-) regionalen Tages- und Wochenzeitungen wurden inhaltsanalytisch erfasst

Informationsexperiment



- Frühjahr 2023 als standardisierte Online-Befragung mit Eye-Tracking mit 90 Versuchspersonen

Bewertung Medienberichterstattung



N1800

Md=Median, M= Mittelwert, s.= Standardabweichung

Bewertung Medienberichterstattung



- Frauen und jüngere Personen
→ kritischer, hinterfragen die Neutralität

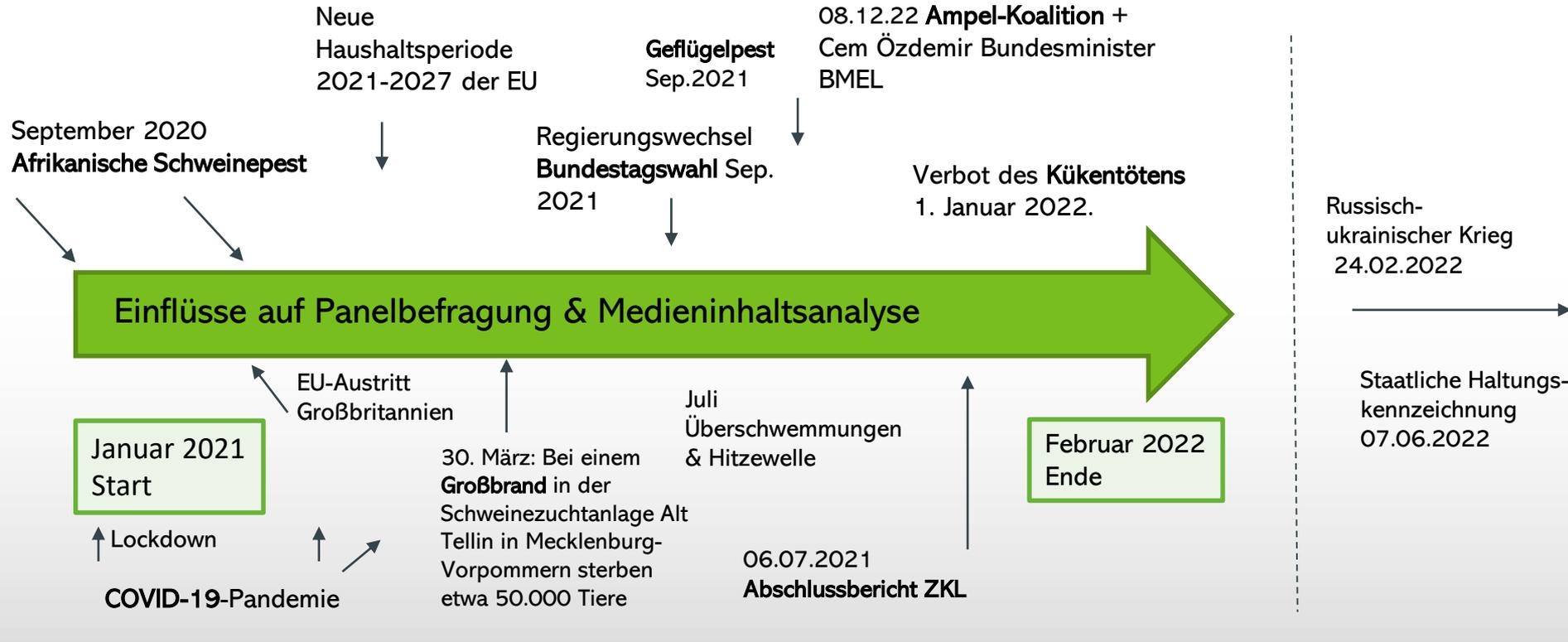


- Männer, ältere Generationen und Personen vom Land
→ positiver



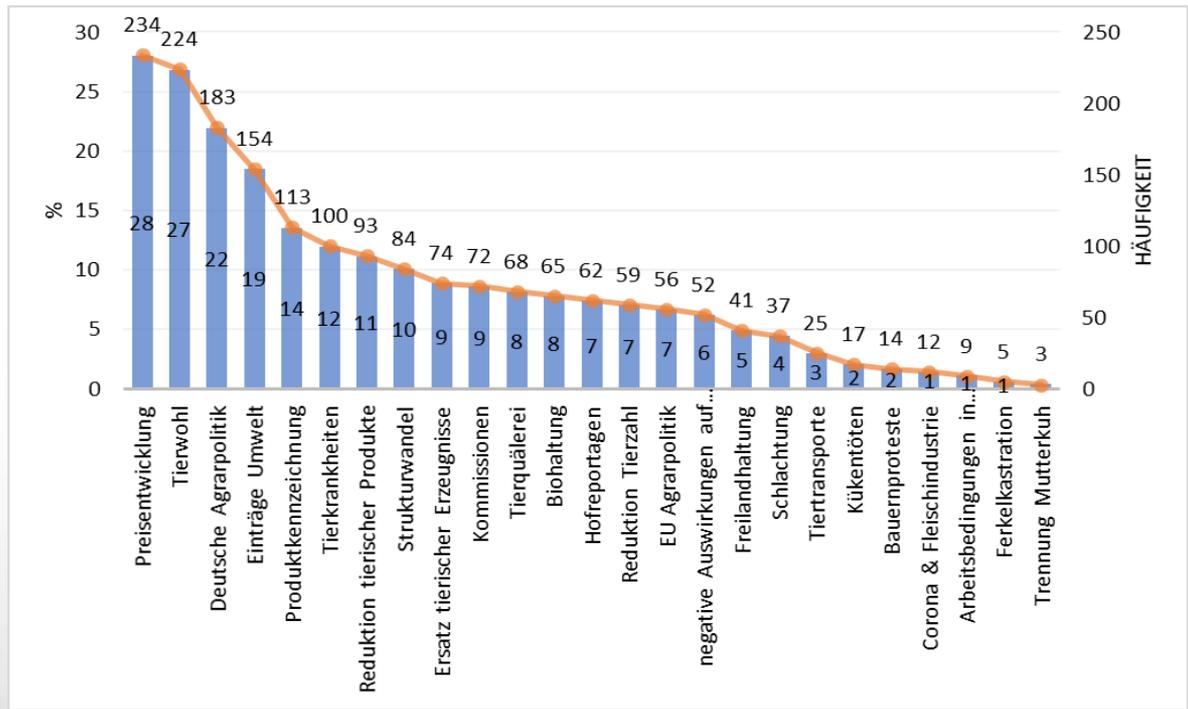
- Jüngere Generationen, höher gebildete Personen, Personen mit höherem Einkommen und aus Großstädten
→ Vorstellungen beeinflusst

Einflüsse - Medieninhaltsanalyse



Ergebnisse – Medieninhaltsanalyse

- **Themen:** Preisentwicklung, Tierwohl, Deutsche Agrarpolitik
- **Tenor:** neutral-ambivalent
- **Medien-Frames:** "Politik", "Gesellschaft und Tierhaltung" und "Tierschutz" dominieren



Ergebnisse – Medienwirkungsanalyse



Medien-Frames 2021

Rezipienten-Frames 2021

Rezipienten-Frames 2022

Politik	}	Kritik Wirtschaft & Politik	Kritik Wirtschaft & Politik
Nutzen Wirtschaft		Innovative Produkte	Politikverdrossenheit
Schaden Landwirtschaft		Nutztierhaltende als Leidtragende	Innovative Produkte
Gesellschaft & Tierhaltung	}	Kritik an der Tierhaltung	Kritik an der Tierhaltung
Tierschutz			
Verantwortung Verbraucherschaft		Ohnmacht der Verbraucher	Ohnmacht der Verbraucher*innen
Verursacherin Tierhaltung		Negative Folgen der Nutztierhaltung	Negative Folgen der Nutztierhaltung
Image Landwirtschaft		Ansehen der Nutztierhaltung	Ansehen der Nutztierhaltung
Gute Praxis		-	-
		Status Quo	Status Quo



Informationsexperiment – Fokus Soziale Medien

Politische Diskussionen in Sozialen Medien

Thema: Einführung staatlich verpflichtende Tierhaltungskennzeichnung

- Im Experiment: verändertes Mediennutzungsverhalten der jüngeren Generation berücksichtigt
- Besonderheit: Sozialen Medien sind bildbetont
- Kurze Verweildauer in Soziale Medien
- Verwendung von Bildern erhöht die Interaktionsrate (Heuschkel et al. 2016)





Vorgehensweise: Stimuli Auswahl

Marie Hoffmann



© Marie Hoffmann (marie_hfmn97)

marie_hfmn97 und msschippersde

Marie_hfmn97 Entwurf zur #Haltungskennzeichnung von @cem.oezdemir - Ein Dolchstoß für die deutsche Tierhaltung

Noch vor einigen Wochen durfte ich im Rahmen meines Praktikums im deutschen Bundestag der Diskussionen rund um die Haltungs- und Herkunftskennzeichnung im Agrarausschuss beiwohnen.

Nun wurde vor einigen Tagen der Entwurf durch unseren Bundes-Agrarminister @cem.oezdemir veröffentlicht. Dieser ist, was das Tierwohl betrifft, eine Katastrophe, um es mal vorsichtig auszudrücken.

Vorschriften für die Sauen- und Ferkelhaltung bleiben hier mal wieder gänzlich unberücksichtigt, sodass auf kurz oder lang die günstigen Ferkel aus dem Ausland mit ellenlangen Tiertransporten importiert werden. Diese werden unter ganz anderen Bedingungen gehalten als hierzulande.

Die höchste Stufe bleibt außerdem nur den Biobetrieben vorbehalten. Konventionell wirtschaftende Betriebe können nicht einmal in diese Stufe gelangen - und das, obwohl viele bereits Millionen in neue Tierwohlställe investiert haben.

Gefällt 5,332 Mal

Juni 14

Kommentieren ... Posten





Vorgehensweise: Stimuli Auswahl

Nadine Henke
(Brokser Sauen)



© Nadine Henke (broksersauen)





Vorgehensweise: Stimuli Auswahl

Die deutschen Bauern (DBV)



Bildquelle: Adobe Stock/@countrypixel © DBV (diedeutschenbauern)

 diedeutschenbauern

 diedeutschenbauern SCHWEINEHALTUNG UNTER DRUCK: Entscheidungen jetzt treffen!

„Nahezu täglich steigen Betriebe aus der Schweinehaltung aus. Kaum einer investiert noch in neue Ställe. Deshalb brauchen unsere Schweinehalter jetzt dringend Zukunftsperspektiven. Der Umbau der Tierhaltung muss zwingend durch langfristige Verträge gesichert werden. Und auf die Haltungskennzeichnung muss zwingend auch eine Herkunftskennzeichnung folgen. Sonst kommen wir beim Tierwohl nicht voran und die Schweinehaltung wird noch weiter ins Ausland verlagert.“

DBV-Veredlungspräsident Beringmeier kritisiert den aktuellen Gesetzentwurf zur Haltungskennzeichnung: „Der Entwurf weist handwerklich erhebliche Schwächen auf, mit denen die angestrebte Wirkung nicht nur verfehlt, sondern in Teilen sogar konterkariert wird. Beispielsweise ist die Sauenhaltung nicht berücksichtigt. So können Schweine und Schweinefleisch mit anderen Standards aus dem Ausland in den heimischen Markt importiert werden und würden das Tierwohlabel erhalten. Das ist eine Einladung zur Verbrauchertäuschung. Dieser Entwurf muss jetzt im parlamentarischen Verfahren noch deutlich nachgebessert werden.“



Gefällt 164 Mal

OKTOBER 25

 Kommentieren ...

 Posten

Gefördert durch



Projektpartner



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



SocialLab



Vorgehensweise: Stimuli Auswahl

Provieh



Bildquelle: Adobe Stock/©Kadmy
© Provieh



provieh

provieh Die Änderungen im Gesetzentwurf zur Tierhaltungskennzeichnung sind ein wichtiger erster Schritt.

Leider ist die Grundstruktur der Kennzeichnung insgesamt nicht verändert worden. Die unteren zwei Haltungsstufen zementieren den mit Leiden und Verhaltensstörungen verbundenen Status Quo der Schweinehaltung und die zwei höchsten Stufen verpassen die Chance, artgemäße Haltungsformen von Schweinen sinnvoll zu fördern.

PROVIEH appelliert an Bundestag und Bundesrat, sich für eine Umstrukturierung der fünf Haltungsformen auszusprechen", so Anne Hamester, Hauptstadtreferentin bei PROVIEH.

Der heute verabschiedete neue Gesetzentwurf zur Tierhaltungskennzeichnung enthält zwei Änderungen, für die PROVIEH gekämpft hatte. Erstens wird in der Kennzeichnung nun die Bodenbeschaffenheit von Schweineställen berücksichtigt. Zweitens ist die Grundstruktur angelegt, um die Kennzeichnung nicht nur für Mastschweine, sondern im nächsten Schritt auch für die Ferkel- und Sauenhaltung einzuführen und somit die Haltung während des gesamten Tierlebens abzubilden.



Gefällt 76 Mal

OKTOBER 12

Kommentieren ...

Posten



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



SocialLab



Ergebnisse - Social Acceptance Score (SAS)

Social Acceptance Score (SAS) besteht aus acht Stufen

Mukhamedzyanova und Gier (2021)

Inakzeptanz:

1. Gegnerschaft
2. Ablehnung

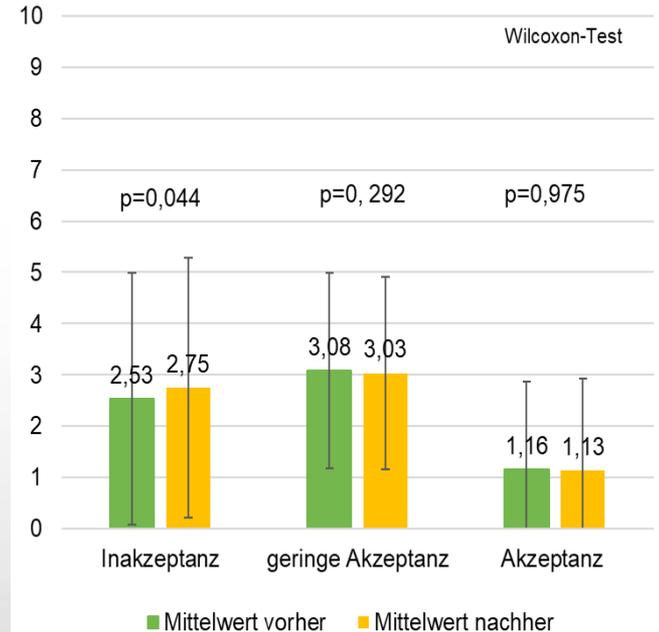
Akzeptanz:

7. Zustimmung
8. Engagement

Geringe Akzeptanz:

3. Unentschlossenheit
4. Gleichgültigkeit
5. Duldung
6. Arrangement

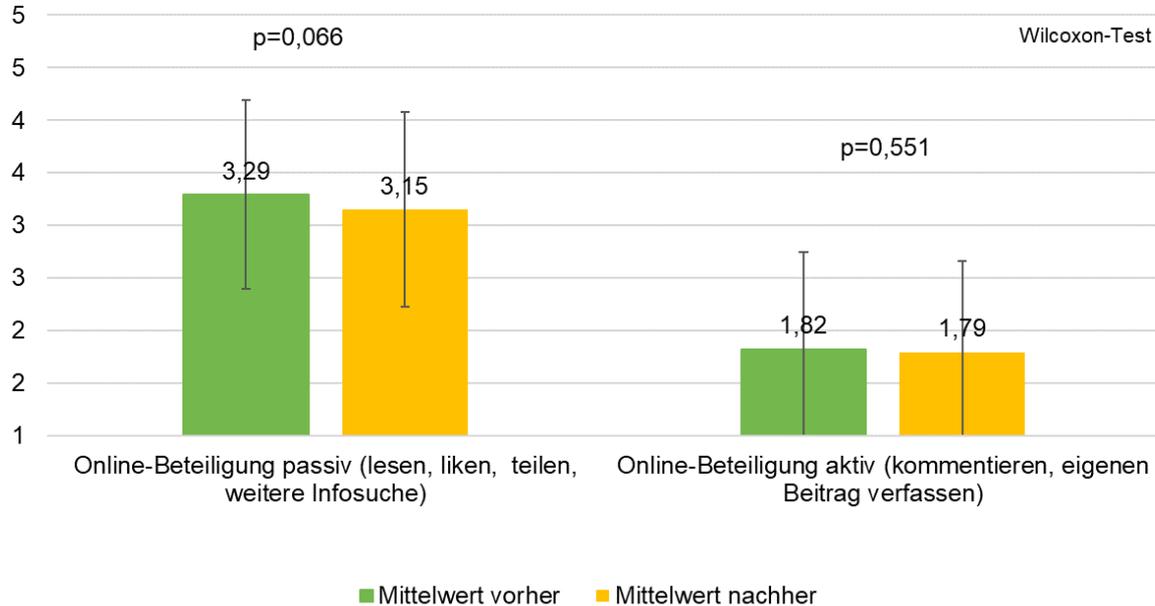
SAS, gemessen auf einer Skala von 0 (trifft überhaupt nicht auf mich zu) bis 10 (trifft voll und ganz auf mich zu)



Ergebnisse: Bereitschaft zur Online-Beteiligung in Anlehnung an Geise et al. (2021)



Bereitschaft zur Online-Beteiligung, gemessen auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu)



Schlussfolgerungen

- Bewertung hängt mit Soziodemographie zusammen
- Medien berichten neutraler & mit unterschiedlichen Schwerpunkten über die Nutztierhaltung
- Jüngere Generation
 - hinterfragt mediale Berichterstattung kritisch
 - fühlt sich am stärksten von den Medien beeinflusst
 - bezieht Informationen auch aus Sozialen Medien

Schlussfolgerungen

Einstellung gegenüber landwirtschaftlicher Nutztierhaltung relativ konstant:

- **Kurzfristig:** Die vier Instagram-Posts haben kurzfristig und isoliert keinen Einfluss auf Akzeptanz der Schweinehaltung und Bereitschaft zur Online-Beteiligung
- **Langfristig:** Deutungsrahmen der Rezipient*innen verändern sich im Laufe der Zeit.
- Im Untersuchungszeitraum dominierten politische Debatten
- spiegelt sich auch in den Frames der Rezipient*innen wider: Politikverdrossenheit!

Schlussfolgerungen

- Einfluss der Medien häufig überschätzt:
 - Medien-Frames werden nicht unreflektiert übernommen
 - Rezipient*innen haben ihre eigenen Deutungsrahmen
- Berichterstattung sollte verschiedene Zielgruppen ansprechen.
- Wichtig ist eine vielfältige Berichterstattung, die sich am aktuellen Stand der Wissenschaft orientiert.

Arbeitspaket 4 – Virtueller Supermarkt

MONIKA HARTMANN¹, LEONIE BACH¹, NINA WEINGARTEN¹, KATHRIN MEYER¹, CHING-HUA YEH¹,
JUTTA ROOSEN², WEN-XIU WANG², IRINA DOLGOPOLOVA²

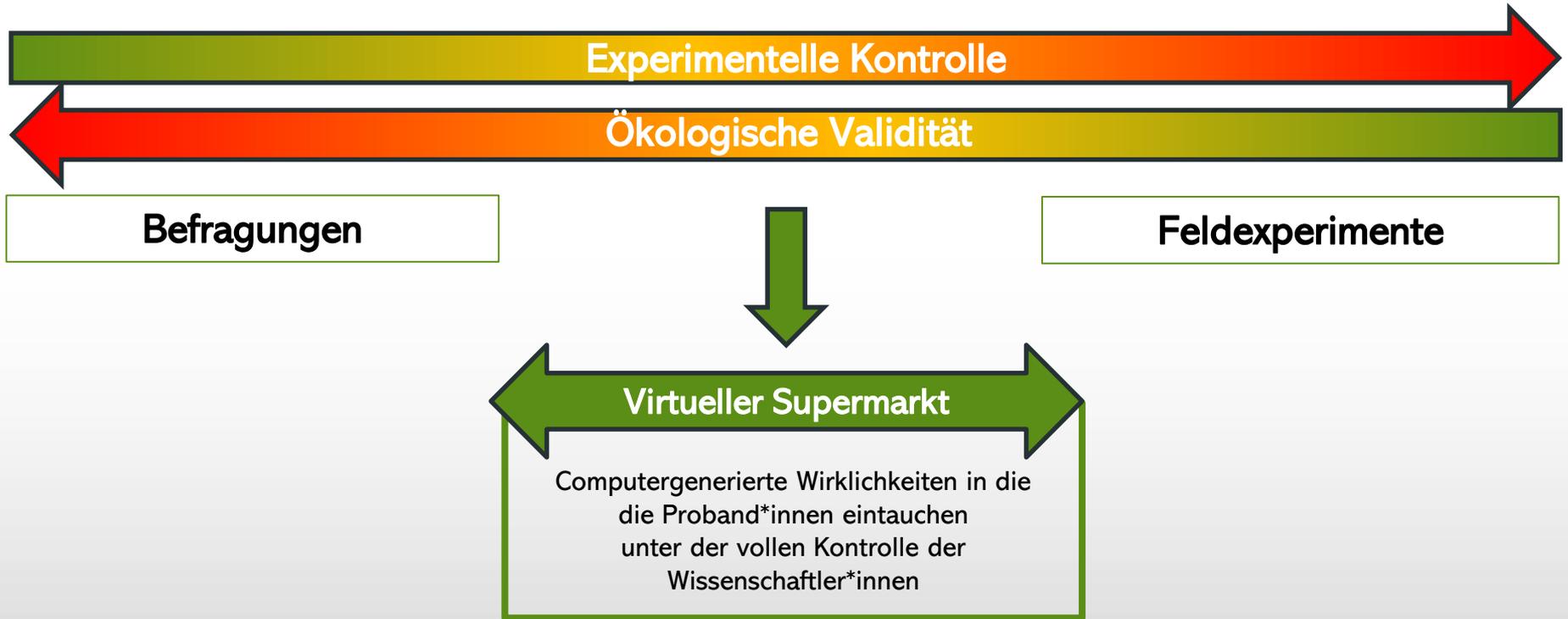
¹ Universität Bonn; ² Technische Universität München



- **Virtueller Supermarkt: Reale Welt im Labor**
 - Testung einer Vielzahl von Interventionen möglich
- **Akzeptanz getesteter Interventionen**
 - Sehr hoch, etwas geringer bei Preisintervention
- **Effektivität der Interventionen**
 - Informationen alleine oder höhere Preise für Standardprodukte (z.B. Anhebung des MwSt-Satzes) haben keinen signifikanten Effekt
 - Erhöhung der Verfügbarkeit von Tierwohlprodukten erhöht den Kauf dieser Produkte
 - Kombinierte Interventionen sind in der Tendenz erfolgreicher als Einzelmaßnahmen

Konflikt zwischen Effektivität und Umsetzbarkeit?

Virtueller Supermarkt: Reale Welt im 'Labor'



Interventionen: Phase I – Beispiel Eier

3D

1 Kontrollgruppe



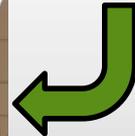
2 Labelbanner



3 LabelbannerPlus



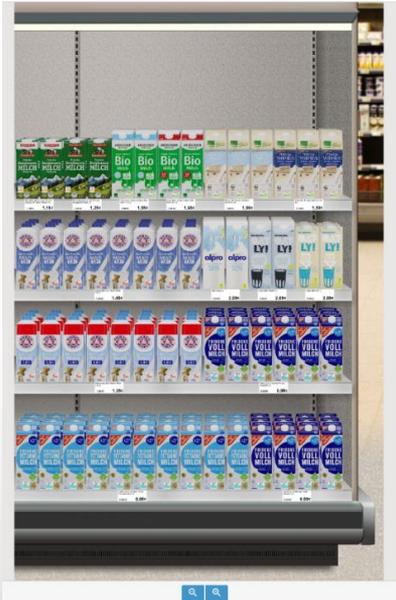
4 CRM-Banner



Interventionen: Phase II – Beispiel Milch

2D

1 Kontrollgruppe



2 Soziale Norm



3 Piktogrammbanner



4 Doppel (2+3)



5 Facings

Produkte	Kontrollgruppe	Facing-Gruppe
	FAW in % / Nicht-FAW in %	
Milch ($n=50$)	28/72	72/28
Eier ($n=50$)	40/60	76/24
Fleisch ($n=128$)	25/75	75/25

6 Preiserhöhung

Ø-Preiserhöhung für nicht-FAW

- 12% bis 25%
- Differenziert, damit Preise für nicht-FAW Produkte nicht teurer sind als für FAW-Produkte

Interventionen: Phase III – Beispiel Fleisch

3D

1 Kontrollgruppe



2 Piktogrammbanner



3 Bilderbanner



4 Tierwohlregal



Übersicht der getesteten Interventionen

	Experiment	Nudge			No-Nudge
	Phase / Art	Sichtbarkeit	Verfügbarkeit	Kombination	Preis
Labelbanner	1 / 3D	x			
LabelbannerPlus	1 / 3D	x		x	
CRM-Banner	1 / 3D	x		x	
Facings	2 / 2D		x		
Preisintervention	2 / 2D				x
Piktogrammbanner	2 / 2D	x			
Normenbanner	2 / 2D	x			
Doppelbanner	2 / 2D	x		x	
Fotobanner	3 / 3D	x			
Piktogrammbanner	3 / 3D	x			
Tierwohlregal	3 / 3D	x	x	x	

Studienablauf

- Regelmäßiger Einkauf von Eiern, Milch und Fleisch
- (Mit-)Verantwortlichkeit für Lebensmitteleinkauf
- Alter: 18-65



Screening
Fragen

Virtueller
Supermarkt

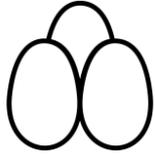
Einführung &
Einverständnis-
erklärung

Anleitung VS
& Einkaufsliste

Fragebogen

- Wahrnehmung des VS
- Akzeptanz der Intervention
- Psychologische Konstrukte
- Demografika

Definition von Tierwohlprodukten



Eierkennzeichnung
EU-weiter
Erzeugercode

0 = Bio
1 = Freilandhaltung



Bildquelle: <https://www.tierschutzlabel.info/>

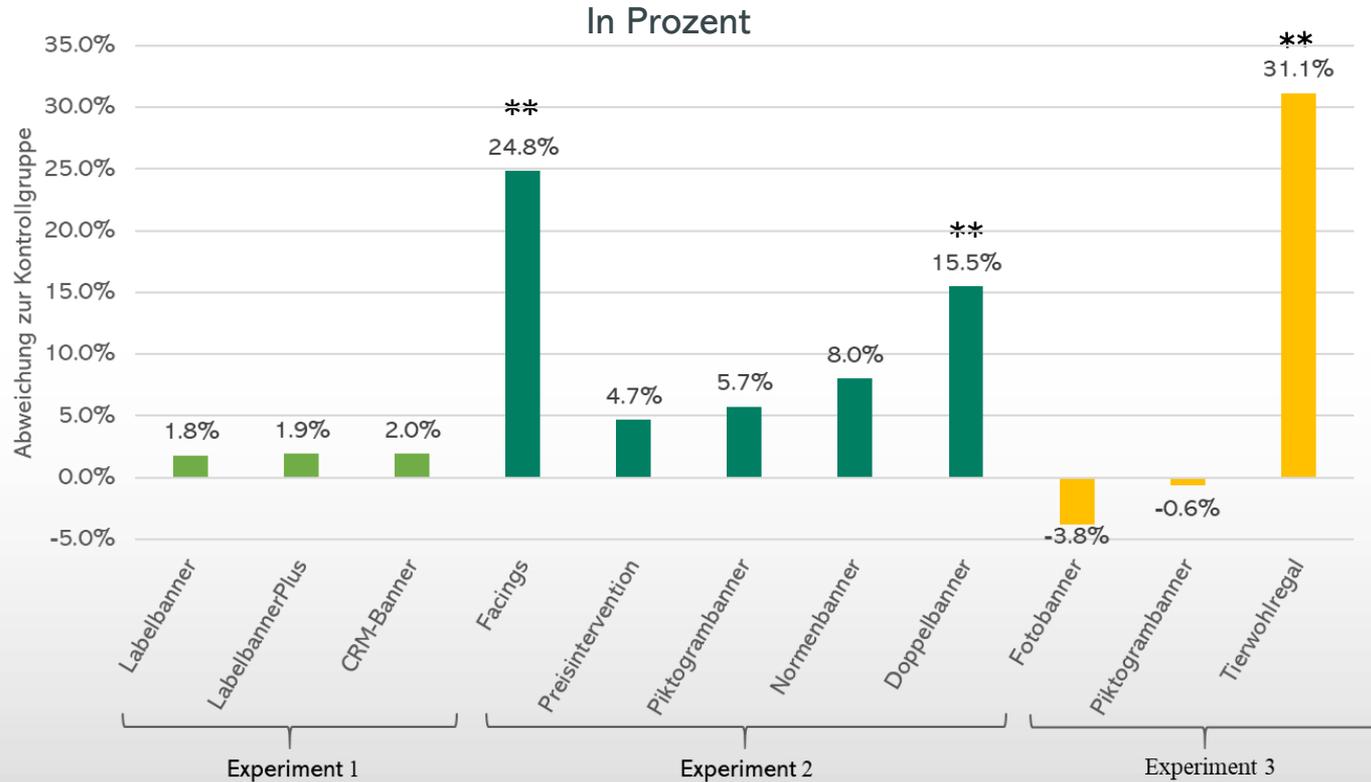


Bildquelle: <https://www.haltungform.de/>

$$\text{Anteil von Tierwohlprodukten (\%)} = \frac{\text{Anzahl gekaufter Tierwohlprodukte}}{\text{Gesamtanzahl gekaufter tierischer Produkte}}$$



Änderung Anteil Tierwohl-Produkte an allen tierischen Produkten



(* $p < 0,05$;
** $p < 0,001$)

Übersicht der getesteten Interventionen

	Experiment	Nudge			No-Nudge
	Phase / Art	Sichtbarkeit	Verfügbarkeit	Kombination	Preis
Labelbanner	1 / 3D	x			
LabelbannerPlus	1 / 3D	x		x	
CRM-Banner	1 / 3D	x		x	
Facings	2 / 2D		x		
Preisintervention	2 / 2D				x
Piktogrammbanner	2 / 2D	x			
Normenbanner	2 / 2D	x			
Doppelbanner	2 / 2D	x		x	
Fotobanner	3 / 3D	x			
Piktogrammbanner	3 / 3D	x			
Tierwohlregal	3 / 3D	x	x	x	

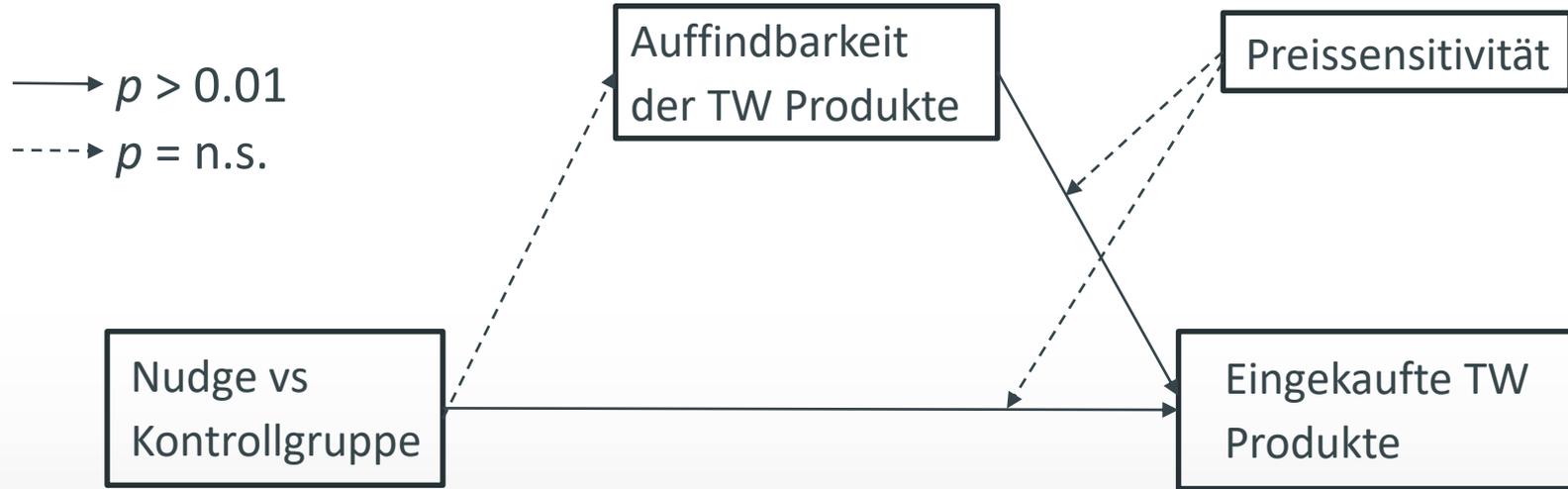
Das Tierwohlregal

Nudges zur Erhöhung der Verfügbarkeit und Sichtbarkeit von Tierwohlprodukten

- Aufsteller
- Tierwohlregal
- Fußspuren

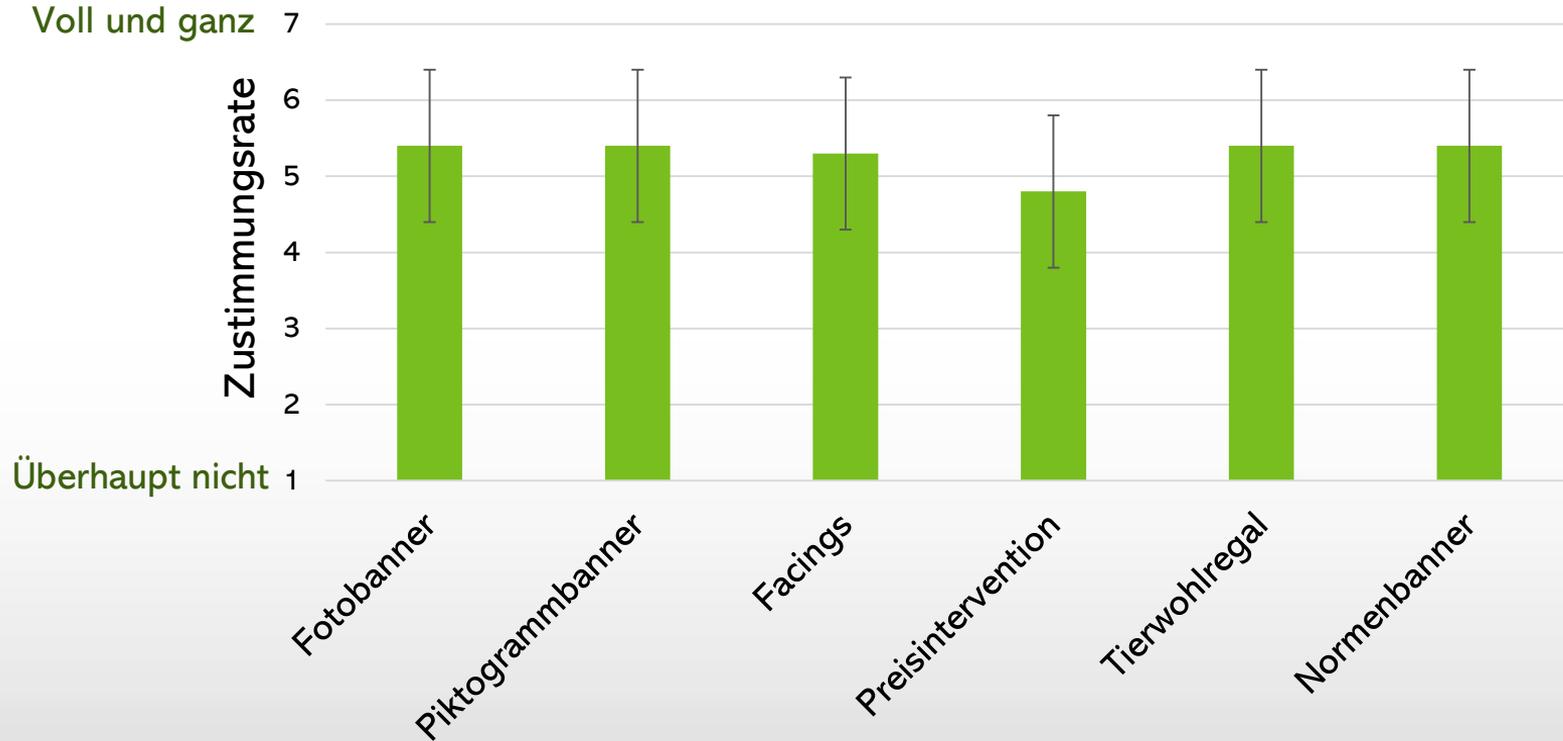


Tierwohlregal: Weitergehende Analysen

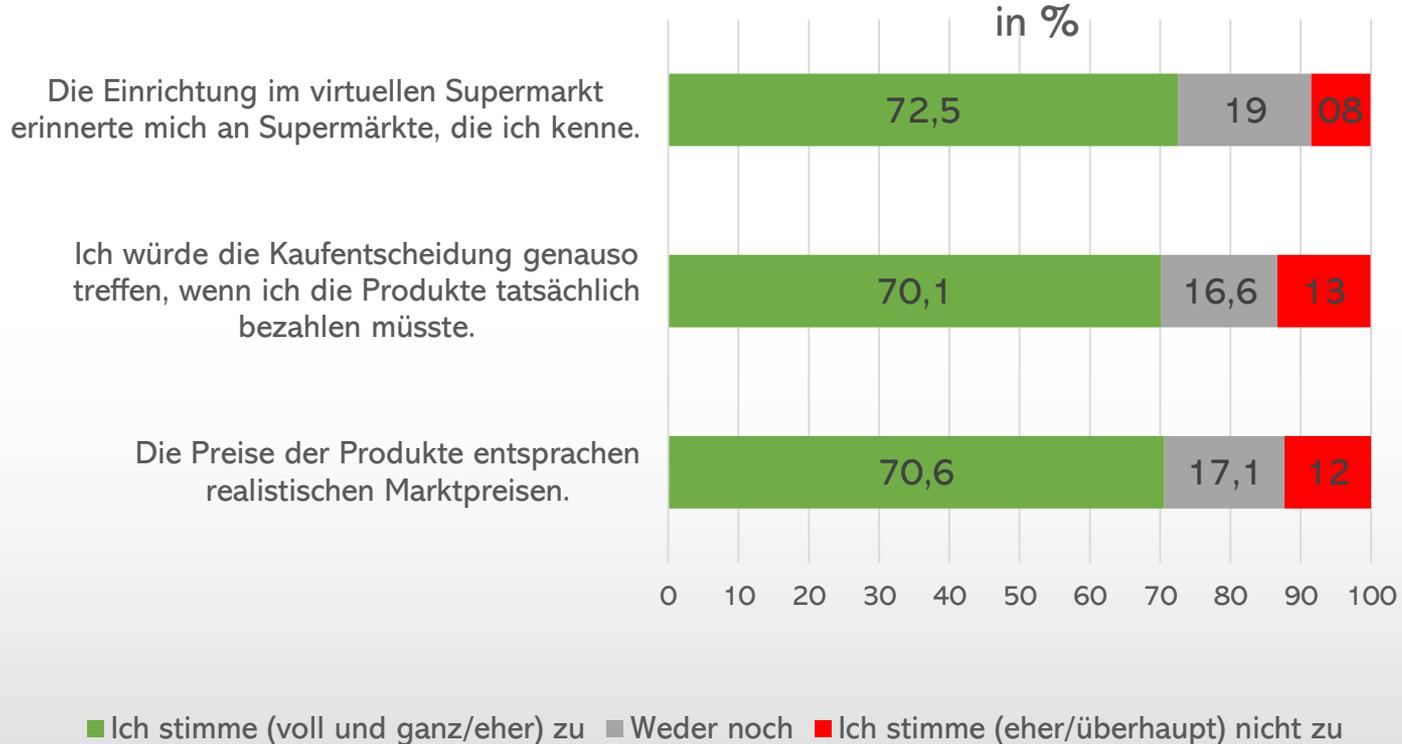


Der Nudge beeinflusst alle Konsument*innen ähnlich, unabhängig von der Preissensitivität. Der zugrunde liegende Mechanismus scheint jedoch nicht die bessere Auffindbarkeit von Tiwewohl Produkten zu sein.

Akzeptanz der Interventionen: Phasen II und III



Realitätsnähe des virtuellen Supermarktes



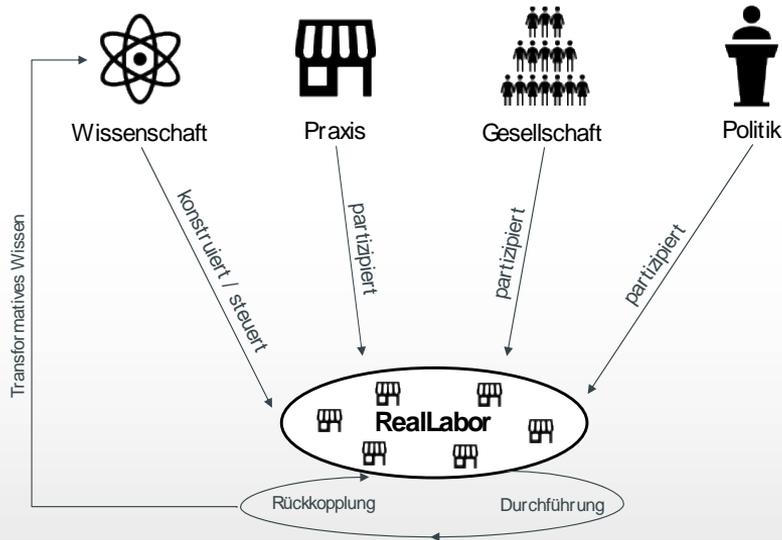
- **Virtueller Supermarkt: Reale Welt im Labor**
 - Testung einer Vielzahl von Interventionen möglich
- **Akzeptanz getesteter Interventionen**
 - Sehr hoch, etwas geringer bei Preisintervention
- **Effektivität der Interventionen**
 - Informationen alleine oder höhere Preise für Standardprodukte (z.B. Anhebung des MwSt-Satzes) haben keinen signifikanten Effekt
 - Erhöhung der Verfügbarkeit von Tierwohlprodukten erhöht den Kauf dieser Produkte
 - Kombinierte Interventionen sind in der Tendenz erfolgreicher als Einzelmaßnahmen

Konflikt zwischen Effektivität und Umsetzbarkeit?



Ist es möglich durch innovative Marketingmaßnahmen die Kaufsituation so zu gestalten, dass Kund*innen häufiger zu tierfreundlicheren Produkten greifen?

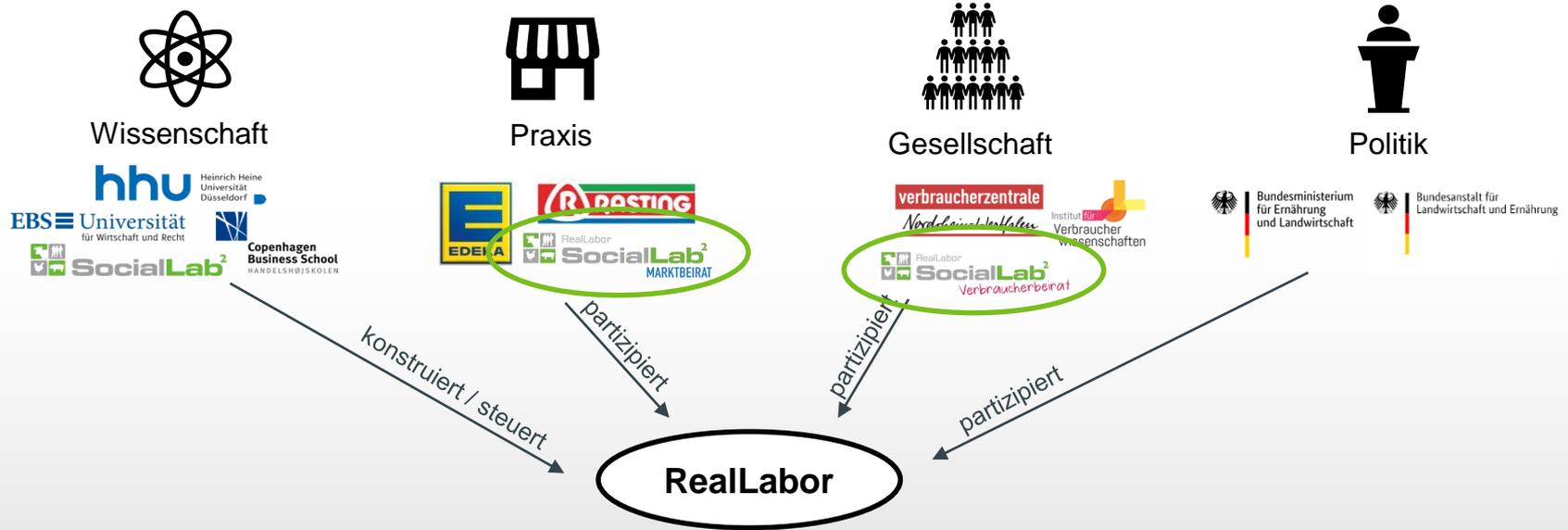
Reallabore – Was ist das?



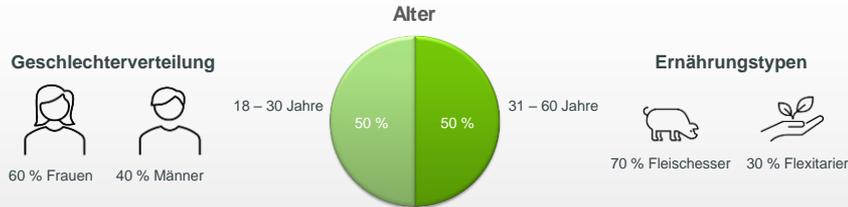
Bei Reallaboren handelt es sich um **Testräume** („Labor“), in denen neue Geschäftsmodelle, Produkte oder **Vermarktungsstrategien unter realen Bedingungen** („Real“) erprobt werden.

Mit anderen Worten: Es geht darum, sozial robustes Wissen zu gewinnen.

SocialLab² RealLabor



Verbraucherbeirat



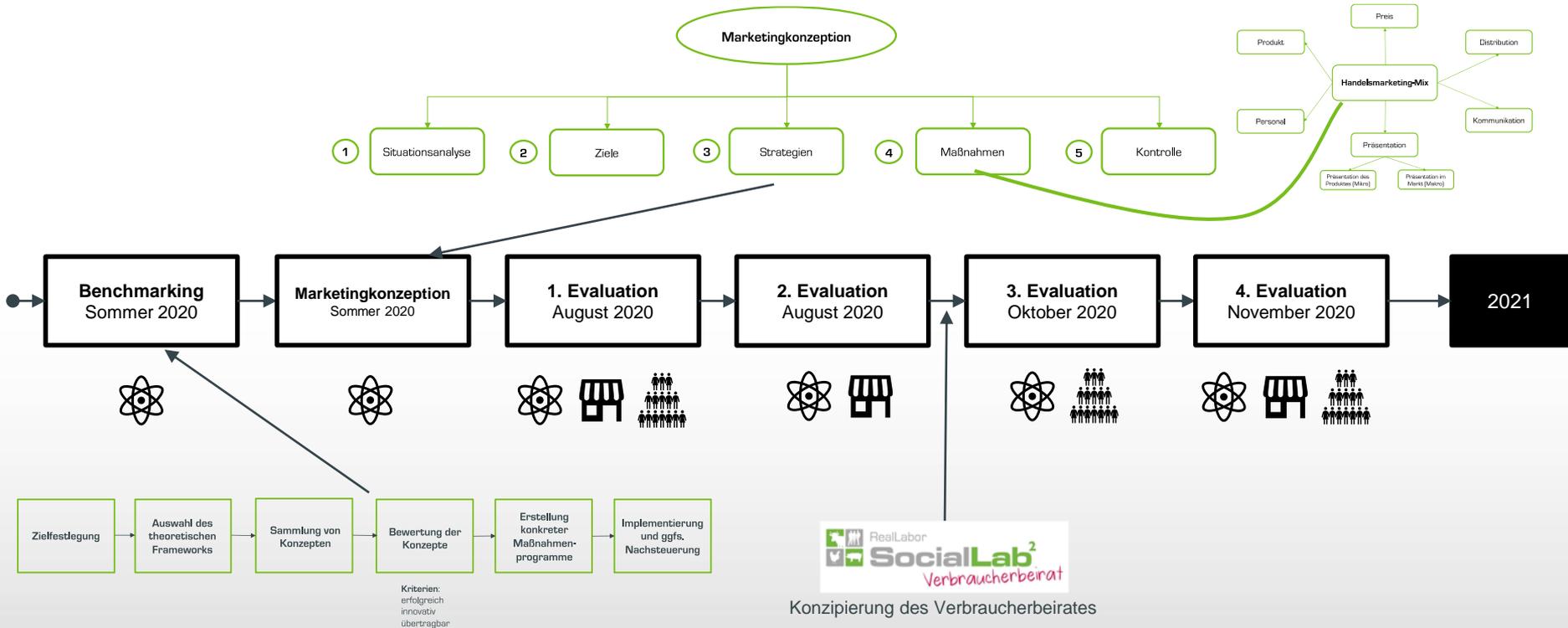
- Der Verbraucherbeirat bildet den **dritten Kernakteur**
- Stellvertretend für die **Perspektive der Verbraucher*innen**
- Kernaufgabe: geplante Maßnahmen im RealLabor **beurteilen**
- Der Verbraucherbeirat wurde seitens der HHU vom **Institut für Verbraucherwissenschaften (IfV)** organisiert und von der **Verbraucherzentrale NRW** unterstützt.
- Breites Spektrum der relevanten Verbraucher*innen

Marktbeirat



- Aus jedem Markt, der am RealLabor beteiligt war, wurde neben den Markt- und Bezirksleitenden jeweils eine Person für den Marktbeirat ausgewählt.
- Ziel war es, durch die Marktbeiratsmitglieder die Umsetzung der Maßnahmen zu gewährleisten und dokumentieren, die Praktikabilität der Maßnahmen zu beurteilen sowie Feedback aus den RealLabor-Standorten zu erhalten.
- Maßgeblicher Beitrag durch Einsatz, Motivation und Erfahrung

RealLabor-Prozess (1 | 2)



Reallabor-Prozess (2 | 2)



Konzipierung des Marktbeirates

Juli/August 2023
Marktbefragung t_0

Februar 2023
Marktbefragung t_1



Zielgruppe

- Personen, die **aktuell Haltungsform 1 oder Haltungsform 2 kaufen**
- Personen, die für den **täglichen Koch-/Lebensmittelbedarf** zuständig sind
- Altersstruktur: **Familien und ältere Verbraucher*innen**
- Einkommen: **geringeres bis mittleres Einkommen**
- Einstellung zur landwirtschaftlichen Nutztierhaltung:
bisher eher **geringes Interesse**
- Käuferverhalten: **unter Zeitdruck und relativ preissensitiv**



©Dollbaum

Maßnahmen – Grundsätzlicher Ansatz

- Im Markt soll eine **reduzierte Information** mit weniger Text und eher mit **Symbolen**, die einen hohen Wiedererkennungswert haben, gegeben werden
- Ausführlichere Informationen können jederzeit durch Hinweise auf **weiterführende Informationen abgerufen** werden
- **Einheitlichkeit** in den Maßnahmen
- Hinweis auf die **Verfügbarkeit** von Artikeln der **Haltungsform 3** und ihrer **Vorteile**, wobei diese in einer klaren und einfachen Struktur gezeigt werden



Reallabor Ansätze

„Kognitiver“ Ansatz



Kognitiver Ansatz

„Emotionaler“ Ansatz



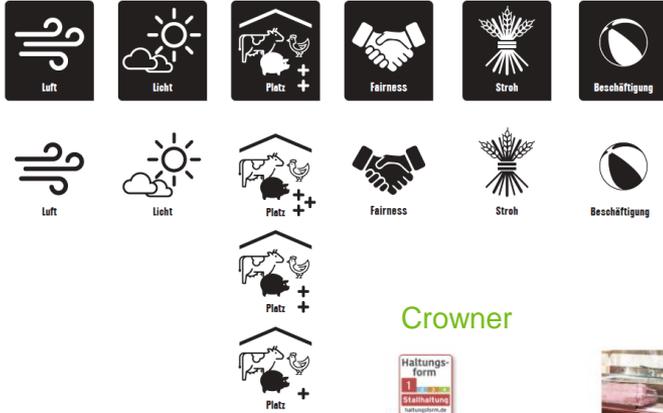
Emotionaler Ansatz

Transparenz und Aufklärung über die Haltungsformkennzeichnung bieten: Basierend auf diesen Informationen sollen die Verbraucher*innen **selbstständig eine Kaufentscheidung** treffen.

Vorteile und Mehrwert von Haltungsform 3 stehen im Fokus: Verbraucher*innen sollen bei der Kaufentscheidung durch den Handel **„an die Hand genommen“** werden.

Maßnahmen aus dem kognitiven Ansatz

Icons



Crowner



Flyer



Displaybanner



Leporello



Maßnahmen aus dem kognitiven Ansatz

Online-Information

Unsere Markenfleischprogramme decken folgende Marktsegmente ab:

RASTING

Unser Markenfleischprogramm im Preissegment zwischen Standard und Bio aus Haltungsfom 3 - Außenklima-Haltung.

Haltungsfom 3

DEKAL Bio

Darüber hinaus bieten wir Bio-Produkte aus vertraglicher Erzeugung

RASTING

Haltungsfom 2

StallhaltungPlus

haltungsfom.de

INITIATIVE TIERWOHL

Rasting-Vermarktungssystem

Das Schweinefleisch der Marke RASTING erfüllt die Kriterien der Haltungsfom Stufe 2 – Stallhaltung plus. Rind- und Kalbfleisch werden in 2022/23 auf diese Haltungsfom umgestellt.

Kriterien im Überblick

- ✓ zertifiziert nach QS und Initiative Tierwohl (ITW)
- ✓ Haltungsfom 2 - Stallhaltung plus
- ✓ mind. 10% mehr Platz
- ✓ überwiegend hofeigenes Futter
- ✓ organisches Beschäftigungsmaterial
- ✓ Tiergesundheitskontrolle und Antibiotikaüberwachung
- ✓ schonende Tiertransporte im Umkreis des Schlachtbetriebes
- ✓ zierschutzgerechte Schlachtung
- ✓ Befunddatenerfassung durch amtliche Veterinäre am Schlachtbetrieb
- ✓ Einzeltierkontrolle per Kamerasystem und Bilddokumentation pro Tier
- ✓ Nachhaltigkeitskriterien für Klimaschutz und Sozialstandards
- ✓ Rückverfolgung durch fTRACE

Weitere Infos unter www.wir-kennen-unsere-bauern.de

In NRW erzeugtes Fleisch wird unter der Marke „meinLand“ im Einzelhandel vermarktet. <https://www.meinland.de/>

<https://www.markenfleisch.94-130-216-58.plesk.page/>

Maßnahmen aus dem emotionalen Ansatz

Icons



Edgar Cards



Crowner



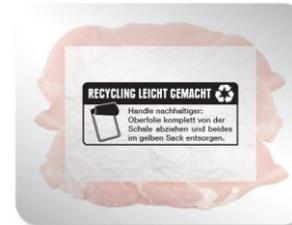
Icon Sticker



Wobbler



Recycling Hinweis



Displaybanner



Maßnahmen aus dem emotionalen Ansatz

Online-Information



Tierwohl, Nachhaltigkeit und Wertschätzung



Tierwohl, Nachhaltigkeit und Wertschätzung



BauernLiebe ist unser Versprechen für **mehr** Tierwohl, Nachhaltigkeit und Wertschätzung der Bauern.

Das bedeutet besonders ein **mehr** an Tierwohl in der Nutztierhaltung und Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft kombiniert mit fairen Bedingungen und besonderen Bonuszahlungen für die Bauern.

Um dieses **Mehr** an Tierwohl zu erreichen, ziehen unsere Bauern die Tiere nach den Kriterien der Haltungsform Stufe 3 – Außenklima auf.

Genießen Sie unsere BauernLiebe-Produkte mit noch **mehr** Fleischqualität und intensiverem Geschmack!



Was dahinter steckt? In den folgenden Abschnitten erfahren Sie mehr.

<https://www.bauernliebe.94-130-216-58.plesk.page>

Marktbefragung

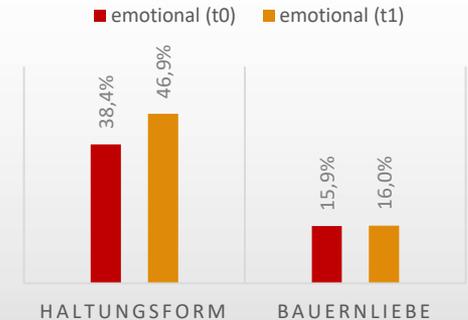
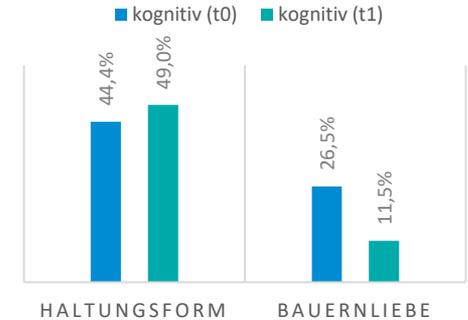
- Marktbefragung jeweils **vor** und **nach** der Umsetzung des RealLabors, um ein **noch breiteres Verbraucher*innen/Kund*innen-Meinungsbild** abzubilden und auf **exogene Variablen** zu kontrollieren.
- Befragung in **10 RealLabor Märkten** mit jeweils **ca. 30 Personen pro Markt** und pro Befragung
- **Zeitraum und Anzahl an Befragten:**
t0: 21.07. – 30.08.2022, $N = 363$
t1: 24.01. – 20.02.2023, $N = 349$

Marktbefragung

Die Bekanntheit des Labels „Haltungsform“ hat sowohl in Märkten im kognitiven als auch im emotionalen Ansatz zugenommen. Die Bekanntheit von „BauernLiebe“ ist im kognitiven Ansatz rückläufig und ist im emotionalen Ansatz minimal gestiegen.

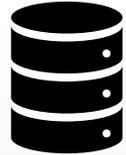
Kreuzen Sie bitte an, bei welchen Märkten Sie in der letzten Zeit Maßnahmen zur Verbesserung der Haltungsbedingungen von landwirtschaftlichen Nutztieren mitbekommen haben. (Mehrfachauswahl möglich)

- | | | | | | | | |
|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> |  | <input type="checkbox"/> |  | <input type="checkbox"/> |  | <input type="checkbox"/> |  |
| | Rewe | | NETTO | | real | | Penny |
| <input type="checkbox"/> |  | <input type="checkbox"/> |  | <input type="checkbox"/> |  | <input type="checkbox"/> |  |
| | Kaufland | | Aldi | | Lidl | | EDEKA |
| <input type="checkbox"/> | Bei keinem der Genannten | | | | | | |



Verschachtelte Daten

Analysezeitraum Kalenderwoche 44 2022 - Kalenderwoche 09 2023
Analyse mittels Hierarchisch Linearer Modelle



Level 2

Märkte
($N = 10$)

Märkte
($N = 10$)

Level 1

Hauptwarengruppen
Fleisch
($N = 5$)

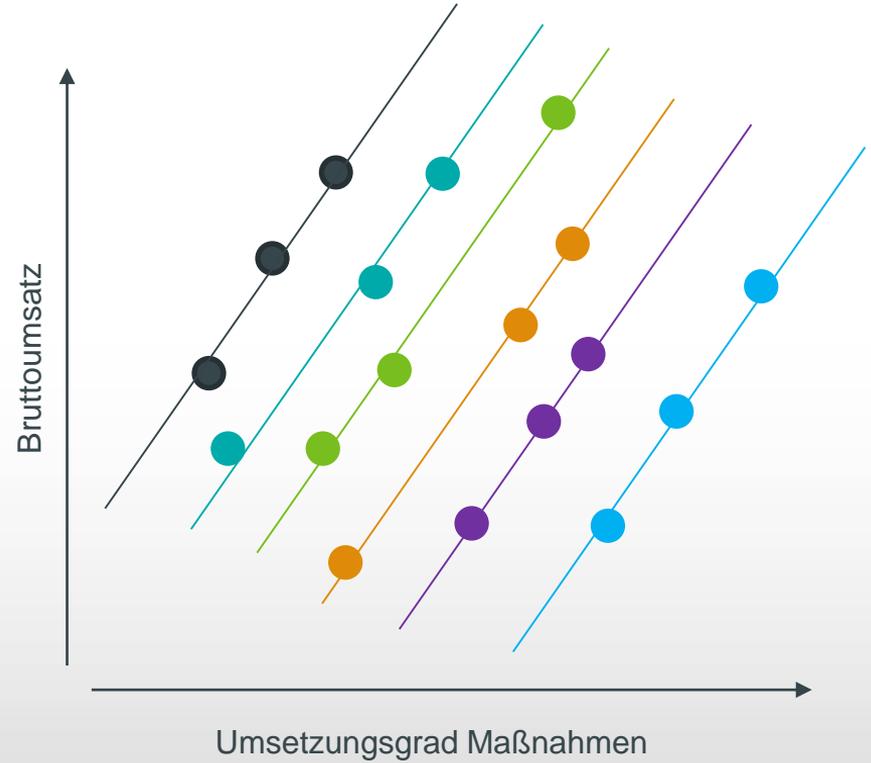
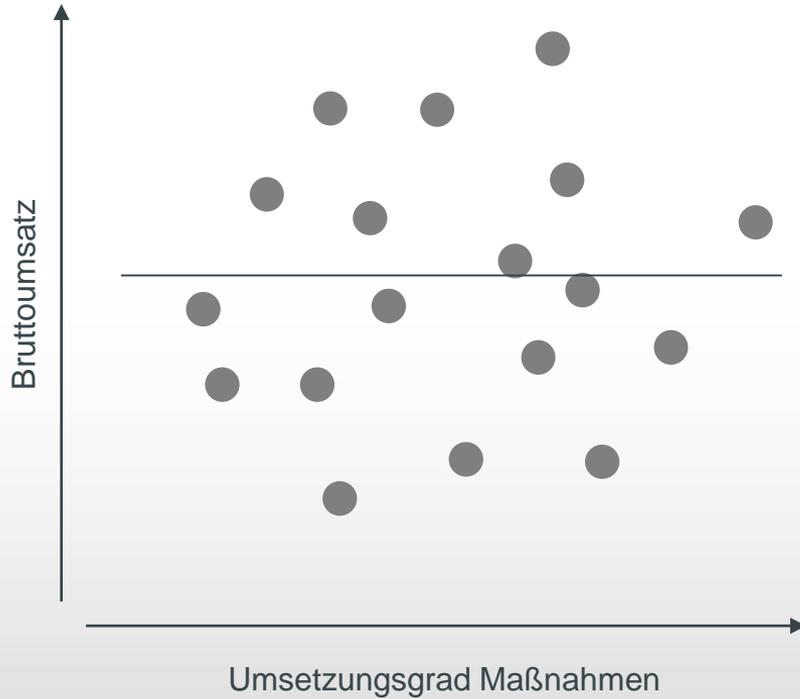
Haltungsform 3
Artikel
($N = 107$)

Messwiederholung

Anteil Haltungsform 1&2, 3 und 4
an Gesamtbruttoumsatz in Fleisch
pro Kalenderwoche
($N = 18$)

Anteil Haltungsform 3-Artikel an
Gesamtbruttoumsatz in Fleisch
pro Kalenderwoche
($N = 18$)

Beispiel – Hierarchisch Lineare Modelle



Abhängige Variablen

Anteil an Gesamtumsatz

Bruttoumsatz Haltungform ?

(Bruttoumsatz HF1&2 + Bruttoumsatz HF3 + Bruttoumsatz HF4)



Bruttoumsatz des Artikels ???

(Bruttoumsatz HF1&2 + Bruttoumsatz HF3 + Bruttoumsatz HF4)

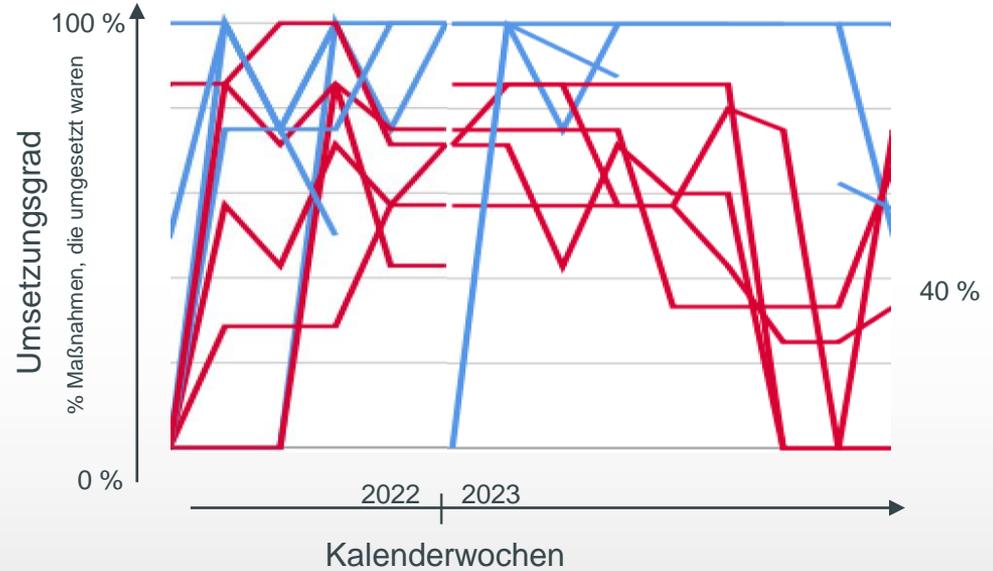


Unabhängige Faktoren



Kognitiver Ansatz

Emotionaler Ansatz



$$\text{Umsetzungsgrad} = \frac{\text{Anzahl umgesetzter Maßnahmen}}{\text{Anzahl Maßnahmen im Ansatz}}$$



Die Ergebnisse stellen die **rohen Effekte** der Maßnahmen dar, die noch für etwaige Variablen **kontrolliert** werden können (z. B. Preis, Aktionen).

Das heißt, dies ist **NICHT** der Effekt der Maßnahmen, der **über die üblichen Faktoren**, die den Bruttoumsatz treiben, **hinausgeht**.

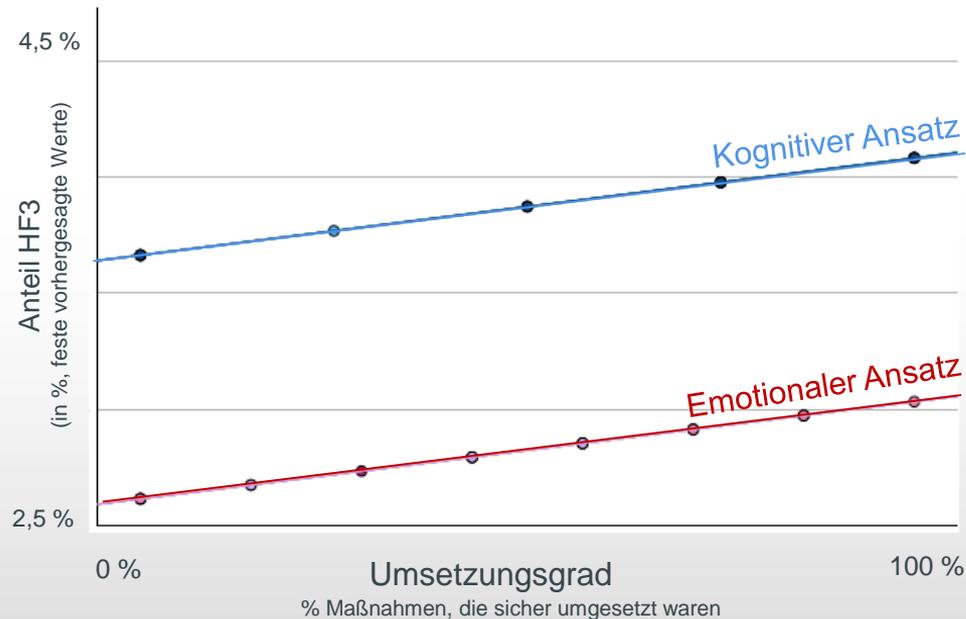
Systematische Verzerrungen aufgrund der Maßnahmezuteilung oder des Erhebungszeitraums sind jedoch **auszuschließen**.

Es könnte sein, dass **weitere Faktoren** den Maßnahmeneffekt **minimieren**.

Effekt der Maßnahmen auf den Bruttoumsatzanteil von Haltungsform 3

Gibt es einen Zusammenhang zwischen den RealLabor-Maßnahmen und dem Bruttoumsatzanteil von Haltungsform 3?

Ja, es gibt einen signifikanten Effekt des Umsetzungsgrads der RealLabor-Maßnahmen auf den Bruttoumsatzanteil von Haltungsform 3.



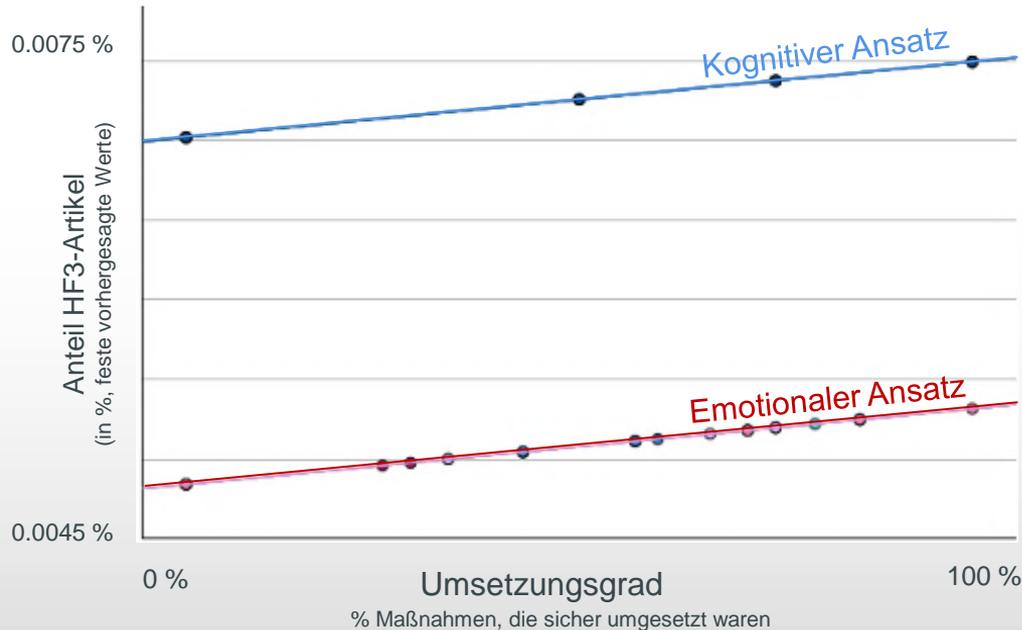
$$t_{\text{Umsetzungsgrad}}(747) = 2.213; p = .027$$

$$t_{\text{Ansatz}}(747) = -0.679; p = .498$$

Effekt der Maßnahmen auf den Bruttoumsatzanteil von Haltungsform 3

Wird der Effekt nur von wenigen Artikeln getragen?

Nein, auf Articlebene ist der Effekt des RealLabor-Ansatzes signifikant.



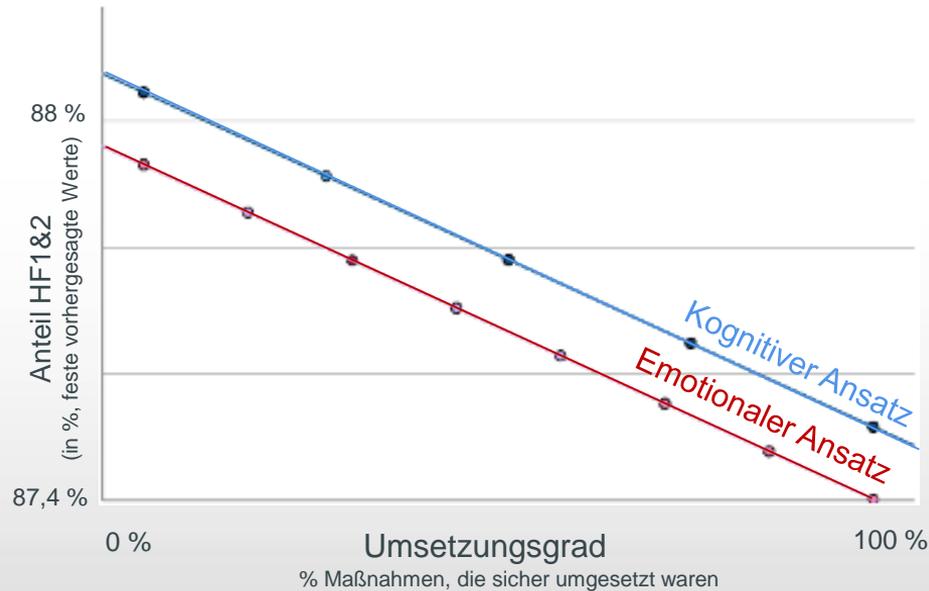
$$t_{\text{Umsetzungsgrad}}(2526) = 0.987; p = .324$$

$$t_{\text{Ansatz}}(2526) = -2.168; p = .03$$

Effekt der Maßnahmen auf den Bruttoumsatzanteil von Haltungsforn 1 und 2

Geht der Zuwachs der Haltungsforn 3 zu Lasten der Haltungsfornen 1 und 2?

Nein, die Maßnahmen führen zu keiner signifikanten Reduktion der Bruttoumsatzanteile der Haltungsfornen 1 und 2.



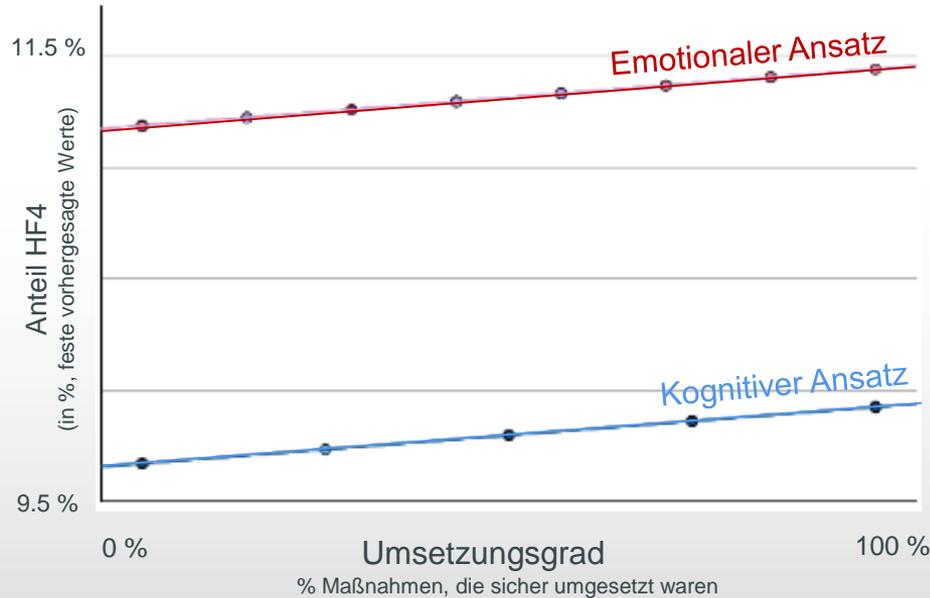
$$t_{\text{Umsetzungsgrad}}(747) = -1.671; p = .095;$$

$$t_{\text{Ansatz}}(747) = -0.38; p = .97$$

Effekt der Maßnahmen auf den Bruttoumsatzanteil von Haltungsform 4

Profitiert auch Haltungsform 4 von den RealLabor-Maßnahmen?

Nein, die Maßnahmen führen zu keiner signifikanten Erhöhung der Bruttoumsatzanteile der Haltungsform 4.



$$t_{\text{Umsetzungsgrad}}(642) = 0.908; p = .364;$$

$$t_{\text{Ansatz}}(642) = 0.657; p = .511$$

Zusammenfassung

- Die **Bekanntheit** der **Haltungsformkennzeichnung** hat unabhängig vom RealLabor-Ansatz **zugenommen**, wohingegen dies bei „**BauernLiebe**“ nur im **emotionalen Ansatz** der Fall war.
- Es gibt einen **signifikanten Effekt** des **Umsetzungsgrads** der RealLabor-Maßnahmen auf den **Bruttoumsatzanteil der Haltungsform 3**.
- Der Effekt des **RealLabor-Ansatzes** ist **signifikant**, wenn die zusätzliche Varianz verschiedener Haltungsform 3-Artikel im Modell eingerechnet wird.
- Die Maßnahmen führen zu **keiner signifikanten Reduktion** der Bruttoumsatzanteile der Haltungsform 1 und 2.
- Die Maßnahmen führen zu **keiner signifikanten Erhöhung** der Bruttoumsatzanteile der Haltungsform 4.

Fazit

- Das SocialLabll Projekt zeigt in methodischer Hinsicht, dass diese noch **neue, transformative Forschungsmethode** des Reallabors auch im **Bereich Landwirtschaft und Ernährung** zielführend verwendet werden kann.
- Inhaltlich zeigt sich, dass **innovative Marketingkonzeptionen** dazu beitragen können den Marktanteil der Haltungsform 3 im Lebensmitteleinzelhandel zu erhöhen.
- Der **Effekt ist jedoch begrenzt**. So konnte in ca. 6 Monaten der Bruttoumsatzanteil durch entsprechende Marketingmaßnahmen um 1 %-Punkt erhöht werden.
- Der kognitive Ansatz unterscheidet sich in der Wirkung vom emotionalen Ansatz.
- Im Reallabor zeigte sich, dass **der kognitive Ansatz, der auf Aufklärung und Transparenz basiert**, einen stärkeren Effekt auf die Erhöhung des Bruttoumsatzanteils der Haltungsform 3 als der emotionale Ansatz hat.

Ausblick



Ausblick

1. Transformationspfade ausloten / begleiten

Die zukünftige Entwicklung rund um die landwirtschaftliche Nutztierhaltung mit Fokus auf WIEVIEL?! und WO?! WAS?! in den Blick nehmen
(Diskussionsplattform)

2. Konsumverhalten besser verstehen / Transformation des Konsumverhaltens unterstützen

Lücken schließen zwischen Einstellung : Verhalten (RealLabor / virtueller Supermarkt / angewandte Ethik)

3. Langfristiges Monitoring gesellschaftlicher Akzeptanz der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung zur Ausrichtung politischer und wirtschaftlicher Entscheidungen (Befragungstool aus AP1)

Vielen Dank für Ihr Interesse am SocialLab!

Für Fragen und Anregungen:

Dr. Marie von Meyer-Höfer
Thünen-Institut für Marktanalyse
Bundesallee 63
38116 Braunschweig

Mail: marie.vonmeyer-hoefer@thuenen.de
www.sociallab-nutztiere.de