

Landwirtschaft und Gesellschaft im Dialog – Erwartungen, Gesprächsthemen und Vertrauensaufbau offener Eins-zu-eins-Begegnungen



Jessica Berkes, Carla Ollier, Marcus Mergenthaler

Einleitung

Im Sinne der von der UN verabschiedeten Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG, 2016) werden zukünftig vermehrt Zielkonflikte zwischen Gesellschaft, Wirtschaft, Staat und Wissenschaft im Dialog auszuhandeln und zu lösen sein. Für die Entwicklung einer nachhaltigen Landwirtschaft in Deutschland bedeutet dies, sich mit gesellschaftlich zum Teil kritisch betrachteten Themen wie der Nutztierhaltung, dem Medikamenten- und Pflanzenschutzmitteleinsatz und Biodiversitätsverlust auseinanderzusetzen. Hier sind Gesellschaft und Landwirtschaft gefragt, sich wertschätzend und offen zu diesen Themen auszutauschen (FLEISCHER et al., 2018). Kurze persönliche Dialoge in Form eines Speed-Datings, mit vorgegebenem Themen- und Zeitraster, erwiesen sich als förderlich für den gegenseitigen Vertrauensaufbau und eine ehrlichere Verständigung (BERKES et al., 2020). Offen bleibt, inwiefern Eins-zu-eins-Begegnungen zwischen der Allgemeinbevölkerung und Landwirtschaft mit jeweils unterschiedlichen Meinungen und in unbeobachteter Umgebung zu gegenseitigem Verständnis und Vertrauen führen. Während ein solch offenes Dialogformat zu landwirtschaftlichen Themen weitgehend unbekannt ist, fand es zu politischen Themen bereits unter Bürger und Bürgerinnen in großem Rahmen statt (BECKER, 2019). Hieraus ergibt sich folgende Forschungsfrage: Welche Bedeutung hat der persönliche Austausch für Menschen aus der Landwirtschaft und Verbraucherschaft?

Daten und Methoden

Anfang Juni 2021 wurden digitale Eins-zu-eins Begegnungen zwischen Menschen aus der Landwirt- und Verbraucherschaft organisiert. Menschen aus der Verbraucherschaft charakterisieren sich hierbei als Personen ohne einen beruflichen oder familiären Bezug zur Landwirtschaft. Menschen aus der Landwirtschaft definieren sich hier als Landwirte oder Landwirtinnen sowie deren enge Familienangehörige oder Angestellte. Die Teilnehmenden wurden über öffentliche Medien, die landwirtschaftliche Fachpresse und soziale Netzwerke rekrutiert. Die Gesprächspaare wurden anhand maximal divergierender Antworten zu vorab gestellten Fragen zu Gentechnik, Nachhaltigkeit und Eigenverantwortung gebildet. Die Wahl von Zeitpunkt, Themen, Länge, Ort und Kommunikationsmedium des Gespräches blieb den Teilnehmenden überlassen. Vor und nach den Gesprächen hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit an einer Begleitbefragung teilzunehmen, welche die Grundlage für die vorliegenden Auswertungen bildet. Die Fragen wurden in Form von binären Fragen, End-Punkt-benannten Analogskalen, Mehrfachauswahl oder offen gestellt. Bivariate Analysen zeigen Häufigkeitsverteilungen in einer Kreuztabelle und Balkendiagrammen. Insgesamt haben 35 Personen an den Gesprächen und der Nachbefragung teilgenommen; davon 19 Menschen mit, und 15 ohne landwirtschaftlichen Hintergrund. Es waren 21 Personen männlich und 13 Personen weiblich, eine

Person hat keine Angabe gemacht. Die Mehrheit hat einen Studienabschluss (n=21), einige eine Berufsausbildung mit oder ohne Meisterprüfung (n=9) absolviert oder einen anderen beruflichen Abschluss. Von den 19 konventionell wirtschaftenden Betrieben haben 7 Ackerbau-, 3 Tierhaltungs-, und 9 Gemischtbetriebe teilgenommen. Die Verbraucher und Verbraucherinnen sind beruflich in den Bereichen Technik, Pädagogik, Medien, Naturwissenschaften und Dienstleistungen tätig. Die Teilnehmenden kamen aus dem Großraum des Ruhrgebiets, des Rheinlands und Westfalen. Zum Vergleich dienen in einigen Auswertungen Daten der Vorbefragung (n=29) mit den gleichen Teilnehmenden.

Ergebnisse

Insgesamt bewerten die Teilnehmenden ihr geführtes Gespräch zu 97% als positiv. Lediglich eine Person ist sich unschlüssig, ob sie das Gespräch als positiv oder negativ bewerten soll. Beide Seiten geben mehrheitlich (80%) als (sehr) wahrscheinlich an, in Zukunft stärkeren persönlichen Kontakt zur Landwirt- bzw. Verbraucherschaft zu suchen. Neben abgefragten Gesprächsthemen (s. Tab. 1) wurde überdies angegeben, sich über die Kommunikation zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft und die Öffentlichkeitsarbeit (n=5), EU-Verträge und Beihilfen (n=5) und Düngung und ihre Auswirkungen (n=2) ausgetauscht zu haben. Die große Mehrheit der Befragten (86%) möchte sich in Zukunft (weiterhin) mit Themen der Landwirt- und Verbraucherschaft auseinandersetzen.

Tab. 1: Gesprächsthemen nach der Häufigkeit der Nennungen in Prozent (Mehrfachnennungen möglich) (n=35)

Gesprächsthema	Häufigkeit Nennung in %
Herkunft und Nachhaltigkeit von Lebensmitteln	80,0
Vor- und Nachteile der ökologischen und konventionellen Landwirtschaft	62,9
Tierwohl und die Produktion tierischer Lebensmittel	60,0
Einsatz von chemischen Pflanzenschutzmitteln	60,0
Gesundheit landwirtschaftlicher Nutztiere	57,1
Zahlungsbereitschaft für höhere Tierwohlstandards	57,1
Umweltbelastung durch Tierhaltung	34,3
Gentechnik	31,4
Faire Behandlung von ausländischen Arbeitskräften	8,6
Vor- und Nachteile der Weidehaltung	5,7

Es zeigt sich, dass vor dem Gespräch zwei Teilnehmende mit landwirtschaftlichem Bezug ihrem Gegenüber gar kein oder nur teils Vertrauen schenkten (Tab. 2). Nach dem persönlichen Zusammentreffen schenkten beide Seiten deutlich mehr Vertrauen in das Kaufverhalten bzw. der landwirtschaftlichen Tätigkeit ihres Gegenübers. Während für 60% der Verbraucher und Verbraucherinnen das Gespräch zudem zu mehr Verständnis für ihr Gegenüber führte, war dies bei 45% der Landwirte und Landwirtinnen der Fall. Jedoch

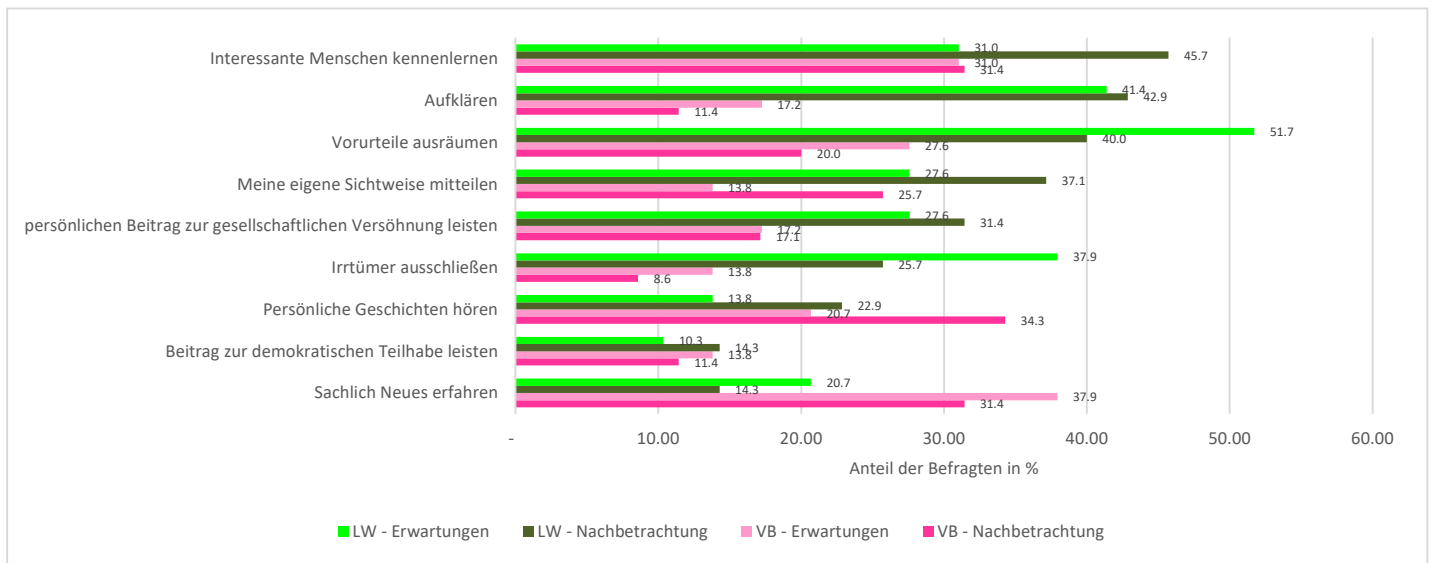


Abb.1: Erwartungen an das Gespräch (n=29) und Nachbetrachtung des Gespräches der Teilnehmenden (n=35), gruppiert nach Menschen aus der Landwirtschaft (LW) und Menschen aus der Verbraucherschaft (VB), Häufigkeit der Nennungen in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

Tab. 2: Häufigkeitsverteilungen der Antworten (in Prozent) auf die Frage: „Wie sehr vertraust Du dem Kaufverhalten/der landwirtschaftlichen Tätigkeit Deines Gegenübers?“ – gruppiert nach den Antworten der Vor- und Nachbefragung

	Vorbefragung (n=29)		Nachbefragung (n=35)	
	LW (n=15)	VB (n=14)	LW (n=20)	VB (n=15)
gar nicht	6,7 %	0 %	0 %	0 %
wenig	6,7 %	0 %	0 %	0 %
teils/teils	40,0 %	28,6 %	15 %	6,7 %
etwas	26,7 %	28,6 %	20 %	46,7 %
sehr stark	20,0 %	42,9 %	65 %	46,7 %
	100%	100%	100%	100%

empfanden 97% aller Teilnehmenden ihr Gegenüber als (sehr) glaubwürdig.

Das wichtigste Anliegen der Menschen aus der Landwirtschaft war es, im Gespräch Vorurteile auszuräumen und aufzuklären. Menschen aus der Verbraucherschaft war es hingegen am wichtigsten, sachlich Neues zu erfahren und interessante Menschen kennen zu lernen (Abb. 1). Beide Seiten schätzen die persönliche Ebene, die teils unerwartet entstand (interessante Menschen kennenlernen, eigene Sichtweise mitteilen, persönliche Geschichten hören).

Diskussion

Menschen aus der Landwirtschaft möchten durch die Dialoge Vorurteile ausräumen, aufklären und Irrtümer ausschließen – in Nachhinein bewerten sie das teilweise als gelungen. Für Menschen aus der Gesellschaft ohne landwirtschaftlichen Bezug ist es von Bedeutung, im Gespräch auf die Faktenlage einzugehen und außerhalb des eigenen sozialen Netzwerkes über einen Austausch mit jemandem aus der Landwirtschaft den Horizont erweitern zu können.

Die Erwartung der Landwirtschaft auf der sachlichen Ebene durchzudringen (aufklären, Vorurteile ausräumen, Irrtümer ausschließen) in der Eigenwahrnehmung gelingt nicht so wie erwartet. Überraschend war für sie jedoch auf persönlicher Ebene, in

interessante Menschen kennengelernt und persönliche Geschichten gehört zu haben und gut die eigene Sichtweise mitteilen zu können (auch wenn diese nicht von der anderen Seite übernommen wurde). Die persönliche Ebene trägt zum Erfolg des Gespräches bei, wie bereits von BERKES et al. (2020) beschrieben. Auch auf Seite der Verbraucherschaft wurden die eher sachlichen Erwartungen nicht voll erfüllt (sachlich neues erfahren, aufklären, Vorurteile ausräumen, Irrtümer ausschließen), jedoch auf der persönlichen Ebene übertroffen (interessante Geschichten hören, eigene Sichtweise mitteilen). Nach HENKEL (2014) erhöhen erfüllte Erwartungen die Vertrauensbereitschaft – dies erkläre die zum Teil erst im Nachhinein stärkere Vertrauensbereitschaft der Landwirtschaft in die Menschen aus der Verbraucherschaft. Ähnliche thematische Anliegen der beiden Gruppen (BERKES et al., 2020) und der durch das Gespräch entstandene Vertrauensaufbau scheinen gute Voraussetzungen zu sein, um zukünftig in breit angelegten Diskussionsformaten Zielkonflikte zu diskutieren und damit zu zufriedenstellenden und nachhaltigen Lösungen für beide Seiten zu gelangen.

Danksagung/Finanzierung: Unser Dank gilt dem Engagement der Teilnehmenden und der Stiftung LV Münster für die finanzielle Förderung des Projektes.

Quellen

- BECKER, T. (2019). Deutschland spricht: Wir möchten, dass Sie schöner streiten!.
- BERKES, J. UND MERGENTHALER, M. (2020): Speed-Datings zwischen Menschen aus der Landwirtschaft und der Gesellschaft als neues Dialogformat. Beitrag bei der GEWISOLA, Halle (Saale), 23. bis 25. September 2020.
- FLEISCHER, C., DITTMAR, A., & STRAUB, V. (2018). Potenziale eines gesellschaftlichen Dialogs zum Thema Bioökonomie. *Ökologisches Wirtschaften-Fachzeitschrift*, 33(1), 25-27.
- HENKEL, A. (2015). Gesellschaftstheorie der Verantwortung. Funktion und Folgen eines Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. *Soziale Systeme*, 19(2), 470-500.
- SDG, U. (2019). Sustainable development goals. The energy progress report. Tracking SDG, 7.