

Einsicht gewähren zahlt sich aus

Eine aktuelle wissenschaftliche Studie belegt: Geführte Stallbesichtigungen wirken positiv auf die Einstellungen gegenüber der landwirtschaftlichen Tierhaltung

Manuel Ermann und Viktoria Graskemper, Universität Göttingen

Der gesellschaftliche und politische Druck wächst: Immer drängender stellt sich in der Landwirtschaft die Frage, wie der verzerrten öffentlichen Wahrnehmung von moderner Tierhaltung wirkungsvoll entgegengetreten werden kann. An der Universität Göttingen untersuchte Viktoria Graskemper im Rahmen ihrer Bachelorarbeit die Effekte einer aktiven und transparenten Öffentlichkeitsarbeit der Tierhalter. Unterstützt wurde sie dabei vom wissenschaftlichen Mitarbeiter Manuel Ermann. Die Betreuung übernahm Prof. Dr. Achim Spiller vom Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung.

Die moderne Nutztierhaltung verliert in der deutschen Gesellschaft zunehmend an Akzeptanz. Immer größer werden die Demonstrationen während der Grünen Woche in Berlin („Wir haben es satt!“), immer massiver Bürgerproteste bei Stallbauvorhaben und immer häufiger werden Landwirte und ihre Familien sogar im alltäglichen Leben als angebliche Tierquäler angefeindet.

Kritische Gruppen verfügen über Deutungshoheit

Wie konnte es so weit kommen? Immerhin produzieren tierhaltende Landwirte durch eine effiziente Wirtschaftsweise für den Verbraucher qualitativ hochwertige und kostengünstige Lebensmittel. Auch betreiben die landwirtschaftlichen Verbände Aufklärungsarbeit, indem sie beispielsweise Bilder aus dem Alltag moderner Tierhalter präsentieren (z. B. „Web-Cam aus dem Sauenstall“). Doch gerade hier liegt die Krux: In verschiedenen Studien der Universität Göttingen konnte gezeigt werden, dass das alleinige Zeigen von Bildern, ohne begleitende Informationen, bei Bürgern nicht unbedingt den erhofften Erfolg erzielt. So attestiert der Betrachter beispielsweise liegenden Schweinen einen

schlechten Gesundheitszustand, empfindet Spaltenböden als nicht artgerecht oder erkennt Beschäftigungsmaterial nicht als solches. Dies ist vor allem auf die zunehmende Entfremdung der Gesellschaft von der modernen Nutztierhaltung zurückzuführen. Bilder aus der Realität werden mit einer Bilderbuch-Landwirtschaft verglichen und dadurch als nicht tiergerecht bewertet. Auch haben in den sozialen Medien landwirtschaftskritische Gruppen eine Meinungshoheit und verbreiten Bilder, welche oftmals nicht viel mit der Realität in deutschen Mastställen zu tun haben. Diese „Skandalbilder“ nehmen die klassischen Medien Fernsehen, Tages- und Wochenzeitungen sowie Radio auf. Sie tragen damit zusätzlich zu einer Verschlechterung der öffentlichen Meinung über die moderne Nutztierhaltung bei. Bürger lediglich mit Bildern aufklären zu wollen, führt deshalb oftmals eher zu einer Überforderung des Betrachters, der die Negativbilder aus den Medien nur bestätigt sieht.

Fundierte Studie zur Wirkung aktiver Öffentlichkeitsarbeit

Immer häufiger wird daher von Wissenschaftlern und landwirtschaftlichen Verbänden gefordert, der einzelne Landwirt solle auf seinem

Betrieb aktiv Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Doch hat dies wirklich Sinn? Um diese Frage beantworten zu können, wurden im vergangenen Frühjahr von der Universität Göttingen sechs Stallbesichtigungen auf fünf mastschweinehaltenden Betrieben in den Veredlungsregionen Niedersachsens und Nordrhein-Westfalens (NRW) organisiert. Vor Durchführung der Untersuchung wurden rund 30 schweinehaltende Betriebe in besagten Veredlungsregionen telefonisch kontaktiert und um Unterstützung bei der Studie gebeten. Bei der Auswahl der Betriebe wurde darauf geachtet, dass den Besuchergruppen später ausschließlich gängige konventionelle Haltungsbedingungen präsentiert werden. Fünf Landwirte (drei aus Niedersachsen und zwei aus NRW) waren schlussendlich einverstanden, geführte Stallbesichtigungen auf ihren Betrieben durchzuführen. Die Mastschweine wurden auf allen Betrieben in gängigen konventionellen Systemen gehalten.

Um Besucher für die geführten Stallbesichtigungen zu gewinnen, wurden in den Landkreisen der teilnehmenden Landwirte Zeitungsartikel in der Lokalpresse geschaltet sowie Aushänge und Flyer verbreitet. Aufgrund schlechter Resonanz auf die Ankündigungen wurden die Besucher teilweise von den Landwirten selbst zu den Stallbesichtigungen eingeladen. So nahmen vor allem Vereine und andere sich regelmäßig treffende Gruppen an den Führungen teil.

Von Ende März bis Anfang Mai 2015 wurden schließlich sechs Besuchergruppen durch die Mastställe geführt. Die Gruppen bestanden jeweils aus 14 bis 20 Personen. Vor den Führungen wurden die Besucher vom Betriebsleiter begrüßt und bekamen kurz erklärt, wie sich der



Ablauf der Stallführungen gestalten werde. Die Besucher bekamen Einwegschutzbekleidung, um gesetzlich vorgeschriebene Hygieneschutzverordnungen einzuhalten. Bevor es dann in den Stall ging, mussten die Besucher jeweils einen ersten Fragebogen ausfüllen. Sie wurden gebeten, Angaben darüber zu machen, wie häufig sie bereits in einem Schweinemaststall waren, wie sie ihr Wissen über die Haltung von Mastschweinen einschätzen und wie sie das Tierwohl in der deutschen Schweinehaltung bewerten. Auch wurden die Probanden um eine Einschätzung der Gegebenheiten im Stall (Licht, Luft, Platz sowie Spiel- und Beschäftigungsmaterialien für die Mastschweine) gebeten. Ferner wurde erfragt, wie in den Medien nach Einschätzung der Besucher über die moderne Mastschweinehaltung berichtet wird. Die anschließenden Stallführungen dauerten zwischen 60 und 90 Minuten. Die Besucher hatten die Gelegenheit, Fragen zu stellen und die Mastställe ausgiebig zu erkunden. Im Anschluss an die Führungen wurden die Probanden gebeten, erneut einen Fragebogen auszufüllen. Dieser enthielt korrespondierende Fragen zum ersten Bogen, um die Erwartungen der Probanden mit den erlebten Gegebenheiten im Stall vergleichen zu können.

Bewertungen verbessern sich nachgeführtem Stallbesuch

Die Reaktionen nach den geführten Stallbesichtigungen waren überwiegend positiv. Die vor den Führungen noch teilweise unsicheren Probanden erhielten durch die Führungen insgesamt einen guten (40,8 Prozent) bis sehr guten (53,4 Prozent) Eindruck von den Ställen. Für den Großteil der Probanden waren die Führungen spannend (88,8 Prozent), informativ (94,1 Prozent) und verständlich (96,1 Prozent).

Vergleicht man die Bewertung des Tierwohls, der Lichtverhältnisse, der Luftqualität, des Platzangebots sowie der Spiel- und Beschäftigungsmaterialien für die Schweine vor und nach den Führungen, werden deutliche Änderungen erkennbar. Die durchschnittliche Be-

wertung des Tierwohls verbessert sich nach den Führungen um 28,3 Prozent. Dies gilt in ähnlicher Weise für die Bewertung der Lichtverhältnisse (+21,9 Prozent) und das Platzangebot (+21,3 Prozent) sowie die Spiel- und Beschäftigungsmaterialien für die Schweine (+19,2 Prozent). Lediglich bei der Luftqualität kann nur eine schwache Verbesserung der Beurteilung (+9,3 Prozent) ermittelt werden. Die Probanden wurden zusätzlich gefragt, welchen gesundheitlichen Eindruck die Mastschweine auf sie gemacht haben. Lediglich ein Prozent bewertet die Gesundheit der Tiere als schlecht. Demgegenüber beurteilen 15,5 Prozent der Probanden die Tiergesundheit mit gut und 79,6 Prozent mit sehr gut. 3,9 Prozent sind sich hinsichtlich des gesundheitlichen Eindrucks unsicher. Mit einem Anteil von 76,7 Prozent schätzt die große Mehrheit der Besucher die Medienberichterstattung als eher negativ ein, 19,4 Prozent als eher sachlich neutral und nur 1,9 Prozent als eher positiv. Weitere 1,9 Prozent der Probanden machen hier keine Angabe. Nach der Führung geben 73,8 Prozent der Bürger an, das in den Medien vermittelte Bild der deutschen Mastschweinehaltung stimme nicht mit dem durch die Stallbesichtigung gewonnenen Eindruck überein.

Fazit: Landwirten wird Vertrauen geschenkt

Geführte Stallbesichtigungen haben nach den Ergebnissen der Studie eine durchweg positive Wirkung auf Bürger, da sie sich ihr eigenes Bild von der modernen Tierhaltung machen können. Auch entsteht durch die Erklärungen des Landwirts und die Möglichkeit, diesem Fragen zu stellen, ein persönlicher Kontakt. Viele Studien haben bereits gezeigt, dass moderne Nutztierhaltung vor allem dann akzeptiert wird, wenn sie von den Bürgern beobachtet werden kann und diese eine persönliche Verbindung zu einem Landwirt aufbauen können.

Eine weitere spannende Beobachtung ist zudem, dass die teilnehmenden Landwirte die Führungen zum Teil recht unterschiedlich ge-

stalteten. Dennoch wurden alle Führungen als durchweg positiv und die Landwirte als kompetent bewertet. Ein Hinweis auf eine ebenfalls bereits wissenschaftlich belegte Vermutung, dass der Landwirt als Persönlichkeit in der Bevölkerung nach wie vor viel Vertrauen und Ansehen genießt.

Insbesondere Meinungsmultiplikatoren die Stalltüren öffnen

Aus der Untersuchung ergeben sich zwei wichtige Empfehlungen für die Branche: Landwirte sollten zunächst von den landwirtschaftlichen Verbänden in der Öffentlichkeitsarbeit dahingehend unterstützt und geschult werden, dass sie weniger Furcht vor geführten Stallbesichtigungen bzw. Diskussionen mit den Besuchern haben müssen. Darüber hinaus sollte es zudem im Interesse der Landwirte und der Verbände sein, dass gerade landwirtschaftskritischen Meinungsmultiplikatoren wie bspw. Medienvertreter die Stalltüren geöffnet werden, um ein breites Publikum zu erreichen. Es wird zum einen kaum möglich sein, alle Bundesbürger durch Schweinemastställe zu führen. Zum anderen erwies es sich als durchaus schwierig, jüngere Bürger für die Stallführungen zu gewinnen.

Abschließend kann festgehalten werden, dass Transparenz, Offenheit und Dialog mit Bürgern drei wichtige Säulen einer nachhaltigen Nutztierhaltung sind. Geführte Stallbesichtigungen bieten dies und stellen damit ein gutes Instrument landwirtschaftlicher Öffentlichkeitsarbeit dar.

Bildreihe unten: Dass sich Öffentlichkeitsarbeit lohnt, lässt sich wissenschaftlich belegen. Das bestätigt eine Studie der Universität Göttingen, die infolge von Stallbesichtigungen und Gesprächen mit Landwirten eine positive Meinung der Besucher über Landwirtschaft dokumentiert. Es lohnt sich also, den Dialog mit den Verbrauchern zu pflegen und je nach Möglichkeiten die Hof-tore für Besucher zu öffnen.

Fotos: Viktoria Graskemper

