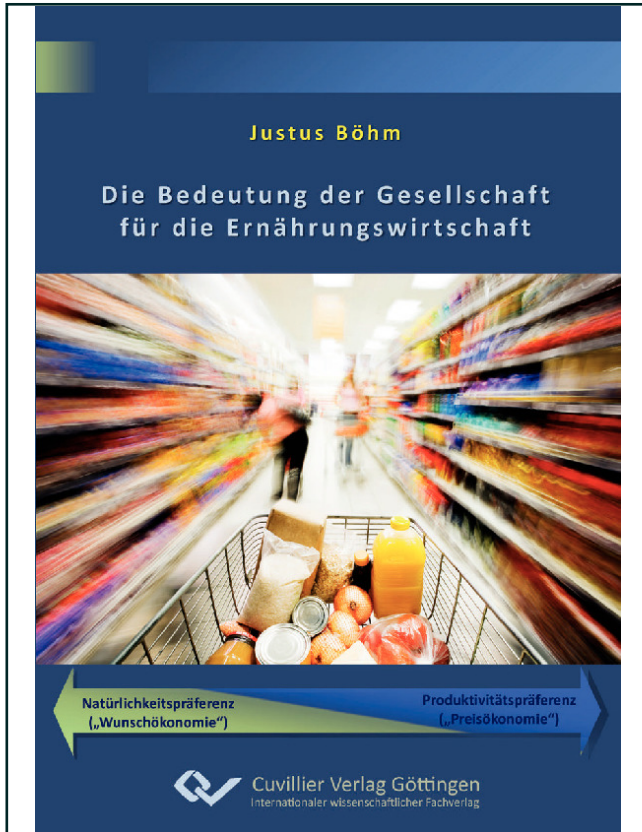




Justus Böhm (Autor)
**Die Bedeutung der Gesellschaft für die
Ernährungswirtschaft**



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/407>

Copyright:
Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,
Germany
Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>

Ernährung, Lebensmittelversorgung und Landwirtschaft spielen in der Entwicklungsgeschichte schon immer eine zentrale Rolle. Seit der neolithischen Revolution vor 13.000 Jahren dreht sich das Leben der Menschen vor allem um Viehzucht und Ackerbau, was gleichzeitig Treiber für eine Vielzahl an kulturellen Entwicklungen, wie z. B. Kunst, Religion und Ökonomie ist (Reichholf, 2008; Standage, 2009). Aber nicht nur die Ursprünge vieler kultureller Errungenschaften gehen auf die tägliche Ernährung zurück, sondern die Esskultur kann immer auch als Spiegel historischer und moderner Gesellschaften gesehen werden (Hirschfelder, 2001). Mit der Entwicklung von Siedlungen und Städten sowie der darauf folgenden Ausdifferenzierung der Arbeitswelt begann schon früh eine Aufspaltung der Gesellschaft in einen Lebensmittel konsumierenden und einen Lebensmittel produzierenden Teil (Standage, 2009), was eine Entfremdung dieser beiden Bevölkerungsgruppen zur Folge hatte (Spiekermann, 2008).

Die hohe Gefahr der Verderbnis machte es für die Produzenten unerlässlich, die Lebensmittel rechtzeitig zu vermarkten und gleichzeitig für den Konsumenten zu einem Risiko, diese bereits verdorben zu kaufen und zu konsumieren. Das Verhältnis zwischen der Nahrungsmittelproduktion und der konsumierenden Gesellschaft ist daher seit Beginn des Handels mit Lebensmitteln nicht frei von Konflikten und in jeder Epoche von Gesetzen (z. B. Reichsfleischbeschaugesetz, Reinheitsgebot für Bier) sowie kulturellen Ge- und Verboten (z. B. Schweinefleischverbot im Islam) geprägt (Braukämper, 2009; Stolle et al., 2000). Diese sollen bis zum heutigen Tag die Konsumenten vor produktionsbedingten Lebensmittelrisiken schützen (Janning, 2003).

Im Zuge der Industrialisierung hat sich die Lebensmittelproduktion, genauso wie die übrige Wirtschaft, professionalisiert und zu einer Agrar- und Ernährungswirtschaft entwickelt, die heutzutage höchst effizient die Ernährung der Gesellschaft sicherstellt (DBV, 2009; Spiekermann, 2008). Diese noch stärkere Ausdifferenzierung hat jedoch auch zu einer weiteren Entfremdung der Bevölkerung von der Produktion sowie dem Verlust an Ernährungswissen geführt und selbst den einzelnen Gliedern der Wertschöpfungskette den Überblick über die Gesamtprozesse entzogen, was letztendlich in der Branche und bei den Verbrauchern zu Unsicherheiten geführt hat (Spiekermann, 2008; van der Vorst et al., 1998).

In Folge einer abnehmenden Erfahrbarkeit der Prozesse hinter den täglich konsumierten Lebensmitteln und der zunehmenden Bedeutung der Massenmedien als „Arenen des

öffentlichen Diskurses“ (Gerhards et al., 1998), nehmen sich diese immer stärker auch den Konflikten um die Ernährung(wirtschaft) an. Für eine große Mehrheit der Verbraucher bilden heute die Massenmedien den alleinigen Bezug zur Lebensmittelproduktion, weshalb diese zunehmend bestimmen, welche Informationen an die Konsumenten gelangen und zu der Bildung von Wissen über die Produktionsprozesse und ihrer Einstellung beitragen (Schenk, 2007; Staab, 1990). Die Veröffentlichung einer Nachricht hängt u. a. ganz entscheidend davon ab, welchen Nachrichtenwert sie besitzt, d. h. welches Interesse damit beim Leser geweckt werden kann (Luhmann, 1994). Denn nur wenn die Leser dauerhaft Interesse an den veröffentlichten Nachrichten haben, gelingt es den Zeitungen, ihre Auflage zu verkaufen (Franck, 2007). Die Medien sind daher nicht primär Informationsübermittler, die zu einer Aufhebung der Verbraucherentfremdung in Bezug auf die Lebensmittelproduktion beitragen wollen, sondern auch durch Eigeninteressen geprägt, da sie von einer Verfestigung des Konflikts zwischen Produzenten und Konsumenten profitieren.

Von zentraler Bedeutung für die Wirkung der Medien sind sogenannte Frames, welche gezielt Themenaspekte in den Vordergrund der Berichterstattung stellen, die sich mit den Einstellungen der Verbraucher decken (Dahinden, 2006). Es werden daher auch bei ernährungswirtschaftlichen Themen Nachrichten ausgewählt, welche die Aufmerksamkeit der Leser besonders wecken, wie z. B. persönliche Betroffenheit durch „Gift im Essen“ (Börnecke, 2009). Diese Nachrichten werden wiederum auf Frames, wie bspw. die Gewissenlosigkeit von Unternehmen, reduziert, die vermeintlich konsistent mit der gesellschaftlich vorherrschenden Meinung sind.

Die schleichende Entfremdung der Ernährungswirtschaft aus der Gesellschaft und der daraus resultierende Bedeutungsgewinn der Medien haben dazu geführt, dass die Beziehung zwischen der Gesellschaft und der Ernährungswirtschaft einem gravierenden Wandel unterworfen ist. Die Ernährungswirtschaft hat sich dabei immer weiter aus der Mitte der Gesellschaft gelöst und war bis zur BSE-Krise und der daraufhin eingeleiteten Agrarwende ein weitgehend abgeschotteter Bereich, der gegenüber der Gesellschaft möglichst wenig zu seinen Prozessen und Produkten kommuniziert hat. Im Zuge der Skandale in den letzten Jahren (z. B. Acrylamid, Gammelfleisch) haben die Medien die Branche als Quelle auflagensteigernder Nachrichten im Sinne hoher Nachrichtenwerte erkannt. Seitdem können sich die verschiedenen Sektoren der Ernährungswirtschaft dem öffentlichen Diskurs um Ernährung und deren Produktion kaum mehr entziehen.

Dies stellt völlig neue Anforderungen an die bisher kaum kommunizierenden Unternehmen und Verbände der Ernährungswirtschaft.

Die vorliegende kumulative Dissertation greift die neuen Anforderungen der Gesellschaft an die Ernährungswirtschaft als Problemstellung – aus theoretischer und empirischer Perspektive – auf. Der Fokus der Arbeit liegt dabei auf der öffentlichen Darstellung der Branche und ihrer Produkte in den Medien sowie auf der Wahrnehmung der Branche durch den Verbraucher. Das Ziel der Arbeit ist es, mit Hilfe innovativer Methoden das Spannungsverhältnis zwischen Gesellschaft und Branche zu erheben und auf Basis der evaluierten strukturellen Probleme Lösungswege für die Branche aufzuzeigen.

Insgesamt umfasst die Arbeit zwölf bereits publizierte, eingereichte und zur Einreichung vorgesehene Beiträge. In dieser Arbeit sind diese in vier Teile gegliedert (s. Abbildung 1), wobei der zweite und dritte Teil den empirischen Schwerpunkt bilden und durch zwei umfassende Problemstellungs- und Implikationspapiere flankiert werden. Die empirischen Beiträge unterteilen sich in zwei zentrale Themengebiete: zum einen die Medienberichterstattung über die Ernährungswirtschaft und zum anderen die Verbraucherwahrnehmung der Branche. Im Folgenden sollen die Inhalte der vier Hauptteile inhaltlich miteinander verknüpft werden.

Abbildung 1: Aufbau der Arbeit

| Einleitung | |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Problemstellung | Teil I: Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit |
| | I Zukunftsfaktor gesellschaftliche Akzeptanz: Kommunikation mit der Öffentlichkeit – mehr als Krisen-PR |
| Systematisierung der Berichterstattung | Teil II: Darstellung der Ernährungswirtschaft in den Medien |
| | II.1 Die Agrar- und Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit – Eine Analyse der deutschen Qualitätspresse auf Basis der Framing-Theorie |
| | II.2 Öffentliche Wahrnehmung der Primärverantwortung für Lebensmittelsicherheit: Eine Medienanalyse der Gammelfleischskandale |
| Warentestpublikationen als besondere Herausforderung | II.3.1 Ist Geiz wirklich Geil? Preis-Qualitäts-Relationen von Hersteller- und Handelsmarken im Lebensmittelmarkt |
| | II.3.2 Is it prudent to pinch pennies? Price-quality-relationships of manufacturers' brands and private labels in the food market |
| | II.3.3 Die (neue) Lust am Discount? – Einkaufsmotive und Kaufbarrieren |
| Gesellschaftliche Perspektiven | Teil III: Wahrnehmung der Ernährungswirtschaft durch den Verbraucher |
| | III.1 The agri-food-industry in the public perspective – A comparative analysis of the social web and the quality press in Germany |
| | III.2 Der Milchstreik aus Medien- und Verbrauchersicht – Empirische Analyse auf Basis des Framing-Ansatzes |
| Die Ernährungswirtschaft im Social Web | III.3.1 Two Sides of the Same Coin? – Analysis of the Web-Based Social Media with Regard to the Image of the Agri-Food Sector in Germany |
| | III.3.2 Produktivität vs. Natürlichkeit? – Die deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft im Social Web |
| Konsum als soziale Handlung | III.4 Low Meat Consumption als Vorstufe zum Vegetarismus? Eine qualitative Studie zu den Motivstrukturen geringen Fleischkonsums |
| Implikationen | Teil IV: Gesellschaftliche Ansprüche als Chance |
| | IV Preisökonomie versus Wunschökonomie – Ein konstruktivistischer Erklärungsversuch des gesellschaftlichen Konflikts um die moderne Agrar- und Ernährungswirtschaft |
| Zusammenfassung und Ausblick | |