



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

SPEED-DATINGS ZWISCHEN MENSCHEN
AUS DER LANDWIRTSCHAFT UND DER GESELLSCHAFT
ALS NEUES DIALOGFORMAT

Jessica Berkes, Marcus Mergenthaler

berkes.jessica@fh-swf.de

Fachhochschule Südwestfalen, Lübecker Ring 2, 59494 Soest



2020

*Vortrag anlässlich der 60. Jahrestagung der GEWISOLA
(Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V.)
„Herausforderungen für die ländliche Entwicklung – Wirtschafts- und
sozialwissenschaftliche Perspektiven, Halle (Saale), 23. bis 25. September
2020*

Copyright 2020 by authors. All rights reserved. Readers may make verbatim copies of this document for non-commercial purposes by any means, provided that this copyright notice appears on all such copies.

SPEED-DATINGS ZWISCHEN MENSCHEN AUS DER LANDWIRTSCHAFT UND DER GESELLSCHAFT ALS NEUES DIALOGFORMAT

Zusammenfassung

Obwohl dialogorientierte Kommunikationsformate bereits integraler Bestandteil der landwirtschaftlichen Öffentlichkeitsarbeit sind, ist meist eine Experten-Laien-Konstellation erkennbar. Dieses Rollenverhältnis wird aus dialogischer Sicht kritisch betrachtet: Hier ist die Frage, inwiefern eine solche Dynamik aufgelöst werden kann. Im Speed-Dating Format fanden Dialoge zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft statt, um die Kommunikationsdynamik von Eins-zu-Eins-Begegnungen zu untersuchen. Die Gesprächsdynamik wurde anhand von Realitätsvariablen der interpersonalen Kommunikation und das Gesprächsempfinden anhand vermarktungsrelevanter Aspekte untersucht. Die Studie hat gezeigt, dass die Face-to-face-Kommunikation den Austausch jeweiliger Wertvorstellungen erleichtert, und Meinungsverschiedenheiten zwar konstruktiv, jedoch unzureichend verbalisiert wurden. Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Verständnis und Nachvollziehbarkeit haben die Teilnehmenden nach dem Gespräch als am höchsten bewertet. Dies ermöglicht die Entschärfung von festgefahrenen Einstellungen. Dem Meinungsbild der Fachexpertise der Branche ist jedoch der Appell zu mehr Offenheit und Realitätsnähe zu entnehmen. Dem Reputationsmanagement der Agrarbranche und der landwirtschaftlichen Öffentlichkeitsarbeit ist demnach eine stärkere Transparenz und Verständlichkeit als auch aktive Konfliktbearbeitung und ein Ausbau vertrauensbildender, echter Dialoge zu empfehlen. Kommunikationsformate sollten sich verstärkt *gleichberechtigt* an den Wertvorstellungen der Landwirtschaft und Gesellschaft orientieren.

Keywords

Eins-zu-eins-Dialoge, Speed-Dating-Format, Verbraucherschaft, Wertvorstellungen

1 Einleitung

Die Beziehung zwischen Landwirtschaft (LW) und Verbraucherschaft (VB) wird als distanziert beschrieben (ALBERSMEIER, 2010; CHRISTOPH-SCHULZ, 2018;), obwohl verstärkt Öffentlichkeitsarbeit beispielsweise in Form von Hofgesprächen und Aufklärungsdebatten seitens landwirtschaftlicher Betriebe, Verbände und engagierter Einzelpersonen aus der LW wie Agrar-Blogger betrieben wird. Kennzeichnend für die bisher dominierende Form der landwirtschaftlichen Öffentlichkeitsarbeit ist, dass vielschichtige Informationen, Impressionen und Alltagsgeschichten aus der LW an die Bevölkerung herangetragen werden, ohne dass jedoch ein gegenseitiger Austausch stattfindet (SPILLER et al. 2016).

Trotz der insgesamt positiven Grundhaltung seitens der Gesellschaft gegenüber den Menschen aus der Landwirtschaft (ZANDER et al., 2013; HELMLE, 2011), sieht sich die landwirtschaftliche Branche in ihrer Selbstwahrnehmung anhaltenden kritischen Pauschalisierungen und polarisierender medialer Darstellung ausgesetzt: Imageprobleme, die durch eine einseitige Darstellung entstanden seien, hätten zur Folge, dass ein verhärtetes, schwer zu durchbrechendes imaginäres Bild in der VB entstanden sei (HELMLE, 2011). Hierdurch schwinde das Vertrauen der VB in die landwirtschaftliche Produktion, was dazu führt, dass sich beide Gruppen weiter entfremden. Auch bleiben Auswirkungen auf das Konsumverhalten nicht aus (CORDTS et al., 2013). Die

wichtiger werdenden Anspruchsgruppen und gesellschaftlichen Stakeholder verbunden mit einer lange Zeit vermiedenen öffentlichen Aufmerksamkeit der Agrarbranche stellt die LW nun vor die neue Herausforderung, die Kritik aufzunehmen, zu kanalisieren und sich - neben der für wichtig erachteten Wissensvermittlung - auf die Anliegen der Bevölkerung einzulassen und sich im Dialog offen auf kritische Diskussionen einzulassen (ALBERSMEIER, 2010).

Die Aspekte Glaubwürdigkeit und Vertrauen werden verstärkt in der Branchenkommunikation betont (CHESS et al., 1988; ALBERSMEIER, 2010; HUNECKE et al., 2020). Im Interesse der LW wird deutlich, dass der Aufbau von Vertrauen für eine nachhaltige Akzeptanz- und Imageverbesserung wichtig ist, da Vertrauen und Glaubwürdigkeit die kognitive Belastung bei Kaufentscheidungen entlastet (ALBERSMEIER 2010; EISENEGGER UND SCHRANZ, 2015). Hier hat die direkte Eins-zu-Eins-Kommunikation im Kundenkontakt eine überragende Bedeutung, weil dadurch potenziell authentische Nähe und Vertrauen vermittelt werden kann (SCHÜTZ et al. 2019a & b). Da jedoch vergleichsweise ein kleiner Anteil der landwirtschaftlichen Betriebe Direktvermarktung anbieten und daher im direkten Kontakt zur VB stehen, reicht der Wirkungsbereich, den dieser Wirtschaftszweig in die Gesellschaft hat, nicht aus um das Vertrauen in die gesamte landwirtschaftliche Produktion zurück zu gewinnen (WILDRAUT et al., 2016). Hier eröffnen sich Potentiale für öffentlichkeitswirksamere Kommunikationsstrategien.

Entwicklungsstrategien zum aktiven Umgang mit der Öffentlichkeit wurden bisher nur unzureichend entwickelt (ALBERSMEIER, 2010; DÜRNBERGER, 2019): Es wurde noch nicht wissenschaftlich untersucht, welche Wirkungen ein persönlicher Austausch hinsichtlich des Verständnisses und der Akzeptanz erzielt und welche Kommunikationsdynamik im Dialog hierbei eine besondere Rolle spielt. Ziel der vorliegenden Studie ist es, die Kernelemente eines Dialoges zwischen Menschen aus der LW und VB bezüglich Gesprächsdynamik und Gesprächsempfinden zu identifizieren. Das übergeordnete Ziel ist es, Potentiale und Grenzen von Eins-zu-Eins-Begegnungen aufzuzeigen. Hieraus können dann auch Empfehlungen für die Öffentlichkeitsarbeit von Verbänden und für die Dialogkompetenz von Menschen aus und im Umfeld der Landwirtschaft abgeleitet werden.

2 Hintergrund

Kommunikation zwischen LW und VB verläuft meist asymmetrisch (SPILLER et al., 2016) und ist damit unausgeglichen (GRUNIG UND HUNT, 1984). Dies liege u.a. daran, dass der Dialog von Menschen aus der LW mehrheitlich als Informationsprozess betrachtet wird, in dem die Fragen vom Laien (VB) gestellt und die Antworten vom Experten (LW) gegeben werden. Die dadurch entstehende Rollenverteilung definiert eine soziale Ordnung, die ein starres Dialog-Verständnis fördert (DÜRNBERGER, 2019). Zudem konnte in Studien gezeigt werden, dass just diejenigen aus der Bevölkerung, die tendenziell über einen höheren Wissensstand verfügen, kritischer der LW gegenüberstehen (KAYSER et al., 2012; CORDTS et al., 2013; LEITZMANN, 2014). Somit zeigt sich, dass mehr landwirtschaftliches Wissen nicht per se zu einer positiveren Beurteilung führt (z.B. THIEL et al., 2016; CHRISTOPH et al., 2008; KAYSER et al., 2012).

Ein echter Dialog erfordert eine reziproke Kommunikation, um die für den Vertrauensaufbau so wichtige Nahbarkeit zu erzeugen (MATOBA und SCHEIBLE, 2007). In der face-to-face-Kommunikation gibt es einen direkten Sender und Empfänger, wodurch Meinungen ineinanderfließen und Äußerungen veränderlich werden können. Je mehr sich darüber hinaus den gegensätzlichen Meinungen gewidmet wird, desto stärker zeigt sich die Kraft des Dialogs in ihrer Ausprägung (GADAMER et al. 1975). Der Status oder die Rolle der Beteiligten wird als nebensächlich betrachtet (BOHM, 2005) und ist ein Prozess offenen Ausgangs, der weder nach Einigkeit

(KÖNIGSWIESER et al., 1996; KÜHL et al., 2016) noch danach strebt, den eigenen Standpunkt durchzusetzen (BOHM, 2005). In solch einem Dialog werden die Denkprozesse *hinter* den Annahmen – also den Einstellungen – thematisiert (BOHM, 2005) wodurch Differenzen unmittelbarer, und damit sichtbarer und fassbarer werden (BUBER, 1997). Diese Art des Dialogverständnisses jedoch fehlt (SPILLER et al., 2015): Die derzeitige landwirtschaftliche Öffentlichkeitsarbeit lässt diese Rückhaltlosigkeit und Unmittelbarkeit in Teilen nicht zu (ALBERSMEIER, 2010), da ein sogenanntes `Gespräch` oft vor einem Publikum und hierdurch mit einem „falschen Öffentlichkeitssinn“ stattfindet (BUBER, 1997). Im Zuge dessen stellt sich die folgende Forschungsfrage, die durch die Beantwortung der vier Teilfragen beantwortet werden soll: Wie kann ein persönlicher Dialog zur Annäherung, zu besserer Verständigung und zur De-Entfremdung zwischen Menschen aus der LW und VB beitragen?

- *Welche Gesprächsdynamik wird in der direkten Eins-zu-Eins-Kommunikation sichtbar?*
- *Wie wird der persönliche Dialog von den Teilnehmenden wahrgenommen und bewertet?*
- *Welche Rückschlüsse und Empfehlungen können für die Öffentlichkeitsarbeit abgeleitet werden?*
- *Welche Grenzen und Potentiale ergeben sich aus direkten Eins-zu-Eins-Begegnungen?*

Um den Dialog zu simulieren und zudem die dyadische Beziehungsdynamik wissenschaftlich untersuchen zu können (FINKEL UND EASTWICK, 2008; FRANZ, 2010) eignet sich ein Dialogformat in einer Speed-Dating Konstellation, um sich in offener Atmosphäre unbeeinflusst zu äußern (SIMMONS, 2009; TUROWETZ & HOLLANDER, 2012). Die Idee und das Konzept sind angelehnt an die Aktion „Deutschland spricht“ (ZEIT ONLINE, 2018).

3 Daten und Methoden

Eins-zu-Eins-Gespräche verstehen sich als Methode der qualitativ-empirischen Sozialforschung (BONACCHI, 2012; BOHNSACK et al., 2011; LANGER, 2000) um subjektive Bedeutungsstrukturen identifizieren zu können (MAYRING, 2002). In Abgrenzung zur Gruppendiskussion (STRÜBING, 2018) ist die Eins-zu-Eins-Begegnung dadurch gekennzeichnet, dass gruppendynamische Prozesse ausgeschlossen werden können (MAYRING, 2002). Auf Basis der in der Einführung erläuterten Definition eines Dialoges wurden Gespräche zwischen 22 Menschen aus der VB und 24 Menschen aus der LW organisiert.

Die Teilnehmenden aus der VB wurden auf Basis demographischer Merkmale ausgewählt und bilden, bis auf leichte Verschiebungen, den Zensus der NRW-Bevölkerung ab. Die Teilnehmenden aus der LW bilden die Produktionsstrukturen in Nordrhein-Westfalen ab. Die Untersuchung konzentrierte sich exemplarisch auf NRW, das als bevölkerungsreichstes Bundesland mit teilweise hoher Bevölkerungsdichte gleichzeitig auch verschiedene Konzentrationsregionen der LW aufweist. Die Rekrutierung erfolgte über ein Marktforschungsinstitut und mit einem finanziellen Anreiz. Hierdurch wurde versucht, dass auch weniger intrinsisch motivierte, weniger dialogbereite bzw. weniger kommunikationskompetente Persönlichkeiten teilnahmen. Dies gelang insofern, als die Teilnehmenden weitgehend dem bundesweiten Durchschnitt der Big-Five Persönlichkeitsmerkmale entsprechen (RAMMSTEDT et al., 2012). In der vorliegenden Stichprobe waren gewissenhafte und extrovertierte Persönlichkeiten am stärksten, neurotizistische Persönlichkeiten am schwächsten vertreten. Geographisch wurde mit Köln, Münster, Wesel und Brilon als Veranstaltungsorte der Großraum südliches Rheinland, Münsterland, Niederrhein und Sauerland abgedeckt und sowohl großstädtische als aus ländliche Regionen

abgebildet. Die Unterschiede in Bildung, Ernährung, Produktionsweise innerhalb beider Zielgruppen bot gute Voraussetzungen für ein exploratives Vorgehen, die den exemplarischen Charakter der Studie unterstreicht (BOEIJE et al., 2009).

Die Speed-Datings fanden an einem neutralen Veranstaltungsort nichtöffentlich und ohne Zuschauer im Juni und Juli 2019 statt. In 5 Gesprächsrunden wurde jeweils über ein Thema (s.u.) aus den Themenbereichen Landwirtschaft und Ernährung gesprochen. Jeder der 46 Teilnehmenden (3 Orte mit jeweils 12 und 1 Ort mit jeweils 10 teilnehmenden Personen) führte 5 Gespräche mit einem Teilnehmer der jeweils anderen Personengruppe. Damit ergaben sich in der Summe 110 spezifische Themen-Personen-Konstellationen bzw. individuelle Gesprächskonstellationen. Alle Gespräche wurden audioaufgezeichnet.

Die Teilnehmenden saßen sich jeweils an einem Tisch direkt gegenüber. Die Gespräche wurden nach 12 Minuten mit entsprechenden Moderationshinweisen „auslaufen“ gelassen, um das Gesprächsempfinden geringstmöglich zu beeinflussen. Jedes Gespräch dauerte demnach durchschnittlich 14 Minuten. Nach jedem Gespräch wurden der Tisch und die Person gewechselt. Auf jedem Gesprächstisch lagen gut sichtbar Gesprächsregeln und das vorher festgelegte Thema mit Gesprächsleitfragen für die jeweilige Gesprächsrunde (Tabelle 1). In jeder Dialogveranstaltung wurde das Einverständnis für die Aufzeichnung eingeholt und den Teilnehmern versichert, dass in etwaigen Veröffentlichungen keine Rückschlüsse auf einzelne Personen möglich sind (GLÄSER UND LAUDEL, 2009).

Tabelle 1 Gesprächsleitfragen je Gesprächsthema

Thema	Leitfragen
Tierhaltung und Tierwohl	Welche Bedeutung hat für Sie ein Nutztier?; Wann ist Medikamenteneinsatz für Sie persönlich in der Nutztierhaltung legitim?; Was bedeutet für Sie persönlich Tierwohl?
Technik in der LW	Was denken Sie über den Einsatz von Drohnen in der LW?; Welche Bedeutung nimmt Technik in der LW für Sie ein?; Bedeutet für Sie eine bessere Stalltechnik auch mehr Tierwohl?
Umweltschutz in der LW	Was bedeutet der Schutz von Boden, Wasser, Luft für Sie?; Was bedeutet für Sie Gentechnik?; Wer sollte Ihrer Meinung nach zur Pflege und zum Erhalt der Landschaft beitragen? Warum?; Wie wichtig ist Ihnen die Anbauweise (konventionell/bio) von landwirtschaftlichen Produkten?
Landwirtschaftspolitik	Wie wichtig ist Ihnen, dass Ihre Interessen bzgl. Ernährung/Landwirtschaft vertreten werden?; Was bedeutet Planungssicherheit für mich?; Was bedeutet die Nutzung von landwirtschaftlichen Flächen für erneuerbare Energien für Sie?
Wertschätzung von Lebensmitteln	Was bedeuten mir Lebensmittel?; Wie spiegelt sich meine Bedeutung für Lebensmittel in meinem Einkaufsverhalten wieder? Warum?; Wie wichtig ist Direktvermarktung für mich?; Wie wichtig ist für mich der Kontakt zum Landwirt/Verbraucher?

Die Analyse der Gespräche erfolgte über 8 Realitätsvariablen (Tabelle 2), die die Hermeneutik des Kommunikationsprozesses erfassbar und messbar machen. Anhand dieser können die für die Studie relevante dyadische Gesprächsdynamik des Kommunikationsprozesses analysiert werden (THUMMES, 2009). Die Realitätsvariablen wurden auf Grundlage der Definitionen eines Dialoges nach BOHM (2015), KÖNIGSWIESER et al. (2009) und KÜNDEL et al. (2016) gebildet und wurden während der inhaltsanalytischen Auswertung der Audioaufnahmen kodiert. In der Tabelle wird die dialogische Bedeutung und Interpretierbarkeit dieser Variablen ersichtlich. Sie können in qualitative und quantitative Variablen unterteilt werden. Qualitative Merkmale wurden auf Basis ihrer Häufigkeit kodiert und beziehen sich beispielsweise auf die Anzahl der Aspekte von gestellten Fragen. Quantitative Merkmale wurden teils in ihrer Häufigkeit gemessen oder in Zeit (Sek.) kodiert und beinhalten zum Beispiel den Redeanteil pro Gespräch der jeweiligen Person. Letztere wurden zur besseren Vergleichbarkeit unterschiedlich langer Gesamtgespräche in prozentuale Anteile umgerechnet. Teilweise wurden sie auf Basis Ihrer

Häufigkeitsverteilung in „sehr häufig“, „häufig“ und „selten/gar nicht“ eingeteilt. Darüber hinaus wurden die qualitativen Merkmale „persönliche Darlegung“ und „sachliche Darlegung“ in einer tiefergehenden Analyse mit Codes und Subcodes versehen (MAYRING, 2002). Es bleibt zu beachten, dass eine umfassende Analyse der Kommunikation als Ganzes an Grenzen stößt, da aufgrund der komplexen kognitiven, sprachlichen und nicht-sprachlichen Prozesse nicht alle Faktoren operationalisierbar und messbar sind und aufgrund der Vielschichtigkeit der Kommunikation im nonverbalen offenbleibt, in welcher Beziehung sie zueinanderstehen (THUMMES, 2009).

Die ermittelten und kodierten Werte der Gespräche wurden auf ihre Intra-Coder-Reliabilität hin getestet. Diese misst anhand des Pearson Korrelationskoeffizienten, ob die gleiche codierende Person bei einer zweiten Messung (hier: 10% der Werte mit einem zeitlichen Abstand von 21 Tagen) auf das gleiche Ergebnis kommt (BOEIJE et al., 2009). Die o.g. Variablen wiesen einen Korrelationskoeffizienten von durchschnittlich 0,83 auf und wurden in die Analyse mit aufgenommen. Hierdurch wird teilweise das Kriterium der Objektivierbarkeit erfüllt.

In der Kommunikationsforschung ist es etabliert, legitim und sinnvoll, anhand von Indikatoren die Dynamik des Kommunikationsprozesses zu messen. Ordinale Skalierungen wurden als quasi-metrisch betrachtet und für Mittelwertberechnungen und zur Errechnung der Standardabweichung genutzt (BROSIUS et al., 2012). Somit wurde während der Dialogveranstaltungen jedes Gespräch jeweils von Seiten der VB und LW bewertet. Hieraus entstanden 220 *Gesprächsbewertungen*, die das subjektive Empfinden anhand von 12 Merkmalen (Empfinden Dauer des Gesprächs, Gesprächsatmosphäre, Bereicherung, Austausch, Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Augenhöhe, Eingehen Anliegen, Verständnis, Nachvollziehbarkeit, Akzeptanz, Gespräch allgemein) mithilfe einer End-Punkt-benannten-Analog-Skala messen (FUNKE, 2006). Die zugehörige Frage im Fragebogen lautete bspw.: 'Wie glaubwürdig empfanden Sie Ihre/n Gesprächspartner/in?'. Die Messwerte wurden in Zustimmungswerte von 0 bis 100 umgerechnet.

Durch die Art der Stichprobenziehung erheben die Ergebnisse in ihrer Gesamtheit keinen Anspruch auf Repräsentativität. Die Dialoganalyse und Gesprächsbewertung leisten möglicherweise einen Beitrag zur Ergründung der Kommunikationsdynamiken von Eins-zu-eins Begegnungen zwischen Menschen aus der LW und der VB.

Tabelle 2 Verwendete qualitative und quantitative Variablen für die Gesprächsanalyse, ihre Definition, ihre Bedeutung für die Auswertung und die zugehörigen Skalenniveaus

<i>Realitätsvariable</i>	<i>Definition</i>	<i>Bedeutung und Interpretation</i>	<i>Skalenniveau</i>
Teilnahme	Geistige Anwesenheit	Allgemeine Dialogbereitschaft vorhanden, vermeidet schnellen Abbruch des Gesprächs	Nominal (ja/nein)
Persönliche Vorstellung	z.B. Name, Alter, Beruf und familiäre Situation werden vorgestellt	Ein Minimum an persönlichem Austausch erlaubt Einstieg auf persönlicher/subjektiver Ebene	Nominal (ja/nein)
Sachliche Darlegung	Konstruktive Auseinandersetzung mit den Gesprächsinhalten: Faktenbasierte/ wissenschaftsbasierte Darlegung aus der objektiven Welt	Erzeugt eine Klärung/Klarstellung der Umstände, zeugt von Kompetenz, die wiederum Vertrauen erzeugt	Ordinal (Häufigkeit Aspekte)
Persönliche Darlegung	Gesellschaftliche Werte/Normen und Erfahrungen/Meinungen aus der sozialen Welt die dargelegt werden	Ehrliche Beweggründe werden erläutert, Dahinterliegendes bearbeitet, Erwirkung von Einfühlungsfähigkeit und Reflexivität; empathische Reaktionen ermöglichen Einstellungsänderungen	Ordinal (Häufigkeit Aspekte)

Fragestellungen	Fragen oder Fragestellungen die an das Gegenüber gestellt/herangetragen werden	Verstehen wollen signalisiert Anschlussfähigkeit/ Veränderungsbereitschaft/Reflexionsfähigkeit	Ordinal (Häufigkeit Aspekte)
Interaktionen	Wechsel der Gesprächspartner	Intensität des Austauschs	Ordinal (Häufigkeit)
Gesprächslänge	Beginn Gespräch (z.B. Begrüßung) bis Verabschiedung/Ausschalten Aufnahmegerät	Zeitlicher Rahmen der Analyseinheit, ermöglicht Vergleichbarkeit	Intervallskala (Sekunden/ Minuten)
Redeanteil/ Zuhöranteil	Raumzeitlicher Rahmen der KommunikatorInnen/Rezipierenden die die Nachricht formulieren/ empfangen	Gibt die Rezeptionssituation der Gesprächsteilnehmer wider, ermöglicht Vergleichbarkeit	Intervallskala (Sekunden/ Minuten)

Quelle: Verändert nach KÖNIGSWIESER et al., 1996; HOLLAND, 2009; THUMMES, 2009

4 Ergebnisse

Jedes Gespräch dauerte durchschnittlich 14 Minuten und damit 2 Minuten länger als angesetzt. Abgesehen von den Gesprächen über Wertschätzung von Lebensmitteln (15 Min.), waren hier in den thematisch verschiedenen Gesprächsrunden keine großen Unterschiede in der Gesamtredezeit festzustellen (siehe Tabelle 3). Der durchschnittliche Redeanteil jedoch nahm auf Seiten der LW 57,7% und auf Seiten der VB 42,4% der Gesamtredezeit in Anspruch. Die jeweiligen Redezeiten bei den Themen Tierhaltung, Technik und Umwelt weisen eine Differenz von teils mehr als 20% auf. Die Anzahl der Interaktionen liegt je Gespräch durchschnittlich bei 42 Interaktionen. Hierbei lag die Standardabweichung bei den Gesprächen in Köln bei $s=13,6$ und in Brilon bei $s=6,4$. Es zeigt sich, dass die Intensität des Austauschs beim Thema Wertschätzung von Lebensmitteln (46 Interaktionen) am ausgeprägtesten war.

Tabelle 3 Redezeit, Redeanteile je Personengruppe, Anzahl Interaktionen je Gesprächsthema und Standardabweichung der Interaktionen je Veranstaltungsort

Gesprächsthema	Ø Redezeit in Min.	Redeanteile in %		Ø Anzahl Interaktionen	Standardabweichung s Anzahl Interaktionen	
		LW	VB		Stadt	s
Tierhaltung	13,7	59,6	40,6	40,6	Brilon	6,4
Technik	13,6	62,2	38,3	42,6	Münster	10,0
Umwelt	13,6	58,5	41,5	40,4	Köln	13,6
Politik	14,0	56,0	44,1	41,4	Wesel	9,4
Wertschätzung	15,2	52,3	47,2	46,9		
gesamt	14,0	57,7	42,4	42,4	gesamt	11,5

Quelle: Eigene Darstellung (Gespräche: n = 110; Teilnehmende: n = 46)

Grundsätzlich herrschte eine lockere, respektvolle und freundschaftliche Atmosphäre in den Gesprächsrunden, alle duzten sich von Beginn an oder boten es sofort an, sobald ein „Sie“ fiel. Die Gespräche waren beiderseitig von sachlicher, emotional-persönlicher Darlegung und Fragestellungen geprägt (Tabelle 4). Jedoch sind die Verteilungen zum Teil unterschiedlich. Die Mehrheit der Teilnehmenden aus der VB haben sich selten bis gar nicht, die Teilnehmenden aus der LW häufig bis sehr häufig sachlich in das Gespräch mit eingebracht. Die Mehrheit der Teilnehmenden aus beiden Personengruppen haben sich häufig auf emotional-persönlicher Ebene ausgetauscht. Die Gespräche weisen hiermit ein ausbalanciertes Verhältnis bezüglich des Austausches über persönliche Erfahrungen auf. Hinsichtlich der Häufigkeit von gestellten

Fragen weisen die Daten jedoch eine ungleiche Gesprächsdynamik auf: Die große Mehrheit der Menschen aus der LW stellte selten bis keine Fragen, ein kleiner Anteil häufig und nur eine Person sehr häufig, während dies auf Seiten der VB unterschiedlich ist bzw. die Häufigkeit der Aspekte eine gleichmäßige Verteilung aufweist. Es wird deutlich, dass bezüglich der in diesem Abschnitt genannten Variablen die Themen Tierhaltung, Technik, Umwelt und Politik besonders in das Raster der ungleichen Verteilungen fällt, während beim Thema Wertschätzung von Lebensmitteln die Gespräche tendenziell ausgeglichener waren und stärker auf der emotional-persönlichen Ebene geführt wurden.

Tabelle 4 Absolute und relative Häufigkeitsverteilung der genannten Aspekte in sachlicher Darlegung, persönlicher Darlegung und Fragestellungen jeweils von Seiten der LW und VB

Variablen	Sachliche Darlegung			Persönliche Darlegung			Fragestellungen		
	LW	VB	gesamt	LW	VB	gesamt	LW	VB	gesamt
Häufigkeit									
Selten/gar nicht	9% 10	74,5% 82	41,8% 92	14,5% 16	12,8% 14	13,6% 30	83,6% 92	37,2% 41	60,5% 133
Häufig	69% 76	25,5% 28	47,2% 104	72,7% 80	72,7% 80	72,8% 160	15,5% 17	30% 33	22,7% 50
Sehr häufig	22% 24	0% 0	11% 24	12,8% 14	14,5% 16	13,6% 30	0,9% 1	32,7% 36	16,8% 37
	100% (N=110)	100% (N=110)	100% (N=220)	100% (N=110)	100% (N=110)	100% (N=110)	100% (N=110)	100% (N=110)	100% (N=110)

Quelle: Eigene Darstellung (Gespräche: n = 110; Teilnehmende: n = 46)

Zumeist begann das Gespräch mit einer gegenseitigen Vorstellung der Berufe, in Teilen wurde hier von Seiten der Verbraucherschaft ein Vergleich gezogen: *„Ich erzähle ungerne einem Landwirt was ein Nutztier ist, du erzählst mir ja auch nix von der Fernmeldetechnik“*. Dies zeigt, dass das Unwissen von dem oder der Verbraucher/-in selbst beteuert wird und dem oder der Landwirt/-in die Rolle des Experten zugesprochen wird. Das persönlich-emotionale Miteinander (Tabelle 5) bestand vor allem aus dem Austausch von Erfahrungen und „Smalltalk“ – d.h. Gesprächsinhalten ohne Bezug zu den vorgegebenen Themen. Während Erfahrungswerte meist als ein kurzes Beispiel genannt wurden und wenig Zeit beanspruchte, konnten vereinzelte Gespräche als stark „Smalltalk“-lastig identifiziert werden. Obwohl hier vereinzelt große Unterschiede festzustellen waren, hat dies keinen Einfluss auf die Bewertung des Gesprächs. Jedoch trugen gegenseitige Erzählungen, persönliche Erfahrungen und „Smalltalk“ maßgeblich dazu bei das „Frage-Antwort-Gespräch“ zu entzerren bzw. Nahbarkeit herzustellen. Wertende oder ethische Äußerungen kamen in geringem Ausmaß vor.

Meinungsunterschiede wurden zu einem kleinen Teil bei den Themen Gentechnik, Glyphosat, Lebensdauer (Küken, Legehennen, Milchkühe), Nitrat, Weidehaltung (Milchkuh) und Anbauweise verbalisiert (Tabelle 5). In der Mehrzahl der Gespräche wurde ein kritisches Problem nicht tiefer erörtert, nachdem klar wurde, dass hier verschiedene Meinungen bestehen (Zitat zum Thema Töten der Küken eines Geflügelhalters: *„Ja, das passiert, und das ist ein Problem“*). Dies führte zum Teil dazu, dass Aussagen wie *„Das Fleisch was ich im Lidl kaufe das kommt ja nicht von Ihnen, das kauf ich ja auf dem Wochenmarkt“* von Verbraucherseite im Raum stehen blieben. Hier wird deutlich, dass der oder die Landwirt/-in in Präsenz nicht einer als kritikwürdig betrachteten Landwirtschaft zugeordnet wird. Es zeigt sich außerdem, dass im

Fälle von Meinungsunterschieden meist kein Verstärken des eigenen Standpunktes, sondern eine Relativierung dieser stattfand.

Tabelle 5 Qualitative Inhaltsanalyse der Persönlichen Ebene (Gespräche: n = 110; Teilnehmende: n = 46)

Beruf	<i>Berufliche Vorstellung (n=102):</i> gegenseitige Berufsvorstellung <i>Tagesablauf (n=40):</i> u.a. Wirtschaftsweise, Arbeitsstunden pro Tag, berufliche Unterschiede <i>Beruf in der Landwirtschaft (n=13):</i> u.a. Ausbildungsweg, Arbeitskräfte, Unterstützung von Asylanten, Auszubildende, Quereinsteiger, Attraktivität landwirtschaftlicher Beruf
Lebensweise	<i>Ernährungsweise (n=31):</i> Fleischesser, vegetarisch <i>Verhalten Lebensmitteleinkauf (n=35):</i> u.a. Edeka, Lidl, Aldi, Rewe, Kaufland, konventionell, Bio, bewusst, kein Aufschnitt, Direktvermarktung
Emotionaler Bezug	<i>Erfahrungen (n=69):</i> u.a. Kindheitserinnerungen, Lebenserfahrungen, Medienkonsum, Bezug zur Landwirtschaft, Vergleich Haustier/Pferd <i>Smalltalk (n=62):</i> Rekrutierung, Anfahrt, Betrieb, Schützenfest, Vergleich Stadt-/Landleben, Eier von nebenan, Familie, Bauer-sucht-Frau, Zugang zu Direktvermarktung <i>Bewertung (n=30):</i> deutliche Äußerung der eigenen Meinung, ethischen Vorstellung <i>persönliche Vorstellung (n=27):</i> Familienstand, Kinder, Wohnort
Appell an Dritte (n=35)	<i>Verbraucherverhalten:</i> Geiz-ist-geil-Mentalität, Flugreisende, SUV-FahrerInnen, Unaufgeklärtheit Verbraucherschaft, Anschaffung Elektrogeräte, Priorität Elektrogeräte statt Lebensmittel, Anspruchsdenken, Stadtmentalität, Unkenntnis über Saisonalität von Produkten, Kreuzfahrten <i>Politik:</i> Globalisierung, Verbandspolitik nicht interessengerecht <i>Lebensmittelhandel:</i> Super-Knaller-Angebote (Lidl), Preisdruck, Mischkalkulation von Lidl (30% Marge) <i>Lebensmittelindustrie:</i> Preisbestimmung durch Molkereien <i>Medien:</i> Medienmacht der Themen, Negative Berichterstattung (in Lokalzeitungen)
Themen mit Meinungsunterschied	<i>Pflanzenbau (n=5):</i> Gentechnik, Glyphosateinsatz, Nitratreintrag <i>Milchviehhaltung (n=3):</i> Weidehaltung vs. Innenhaltung, Lebensdauer Milchkuh <i>Geflügelhaltung (n=4):</i> Lebensdauer Legehennen, Töten der männlichen Küken <i>Anbauweise (n=2):</i> Bio oder konventionell, <i>Nutztierhaltung</i> allgemein

Auf sachlicher Ebene konnten über die vorgegebenen Leitfragen beim Thema Tierhaltung hinaus die Aspekte Zertifizierung, Tötung des Tieres und Fütterung identifiziert werden (Tabelle 6). Die Aspekte Medikation und Tierwohl wurden insbesondere über Beispiele aus der Milchviehhaltung und Geflügelhaltung behandelt, während beim Thema Nutztier das Bild der Schweinehaltung als auch die Wirtschaftlichkeit präsenter waren. Der Aspekt der Zertifizierung wurde häufig anhand von Transparenz und Vertrauen diskutiert. Das Thema Technik wurde häufig mit einem Input von Seiten der LW behandelt, insbesondere bezüglich des Einsatzes einer Wärmebildkamera über eine Drohne zum Aufspüren von Rehkitzen. Zu diesem und auch anderen Einsätzen der Drohne gab es mehrheitlich positive Rückmeldungen bzw. einen einvernehmlichen Austausch. Die Gespräche über Tierwohl und Technik in der LW lebten von positiven Praxisbeispielen, als kritisch wurde allerdings der kostenintensive Einsatz von Maschinen und die damit verbundene Verdrängung der Kleinbauern angebracht. Die Gespräche über das Thema Umwelt nahmen vornehmlich Bezug zur Boden- und Wasserqualität und zur Gülleausbringung. Der Glyphosateinsatz wurde ausschließlich von Seiten der Verbraucherschaft in das Gespräch eingebracht und daraufhin seitens der LW mit Hinweis auf die verantwortungsvolle Ausbringung und das Precision Farming erläutert. Ein zum Teil kritisches Nachfragen seitens der VB lässt konträre Meinungen vermuten, auf diese wurde jedoch nicht näher eingegangen. Politische Themen wurden zumeist aus landwirtschaftlicher Sicht dargelegt, wobei die VB in vielen Fällen die erläuterten Problematiken verstand und ein konstruktives Miteinander entstand. Während beim Thema der interessengerechten Verbandsarbeit und der starken Abhängigkeit des EU-Marktes ein Einvernehmen bestand, wurde die Nutzung landwirtschaftlicher Flächen für erneuerbarer Energien insbesondere innerhalb der LW differen-

ziert betrachtet, hier sei insbesondere der Maisanbau für Biogasanlagen und die damit verbundene Flächenkonkurrenz genannt. Beim Thema Wertschätzung von Lebensmitteln nahm der Aspekt der Direktvermarktung viel Raum ein. Während dies häufig als vorteilig und positiv bewertet wurde, konnte in den Gesprächen auch deutlich werden, dass diese Vermarktungsform viele weitere Auflagen und einen enormen Zeitaufwand mit sich bringe und zudem als schweinehaltender Betrieb zumeist keine Option sei. Jedoch kann ein grundsätzliches Einverständnis gegenüber einer Stärkung der Unabhängigkeit des LEH's wahrgenommen werden.

Tabelle 6 Qualitative Inhaltsanalyse der Themen Tierhaltung, Technik, Umwelt, Politik in der LW und Wertschätzung von Lebensmitteln (Gespräche: n = 110; Teilnehmende: n = 46)

	<i>Codes</i>	<i>Subcodes</i>
Tierhaltung	Medikation (n=27)	Antibiotikagabe (n=6) (Wartemelkzeit), Strenges Tierarztmonitoring (n=5), keine präventive Medikamentengabe, Medikamenten-Datenbank, Mensch-Tier-Vergleich, (keine) Einzeltierbehandlung (bei Milchkühen/Geflügelhaltung), , Früher-heute-Vergleich, präventive Maßnahmen (Fütterung, Raumklima), Reduktion Antibiotikaeinsatz, Quarantänebox, alte Rinderrassen, Impfungen Geflügel
	Tierwohl (n=39)	Tierwohl heißt Wohlergehen durch Leistung (n=9), Leitwert Milch (n=3), Menge aufgenommenes Futter (n=3), Aufzucht Kälber, Stallgröße, Fütterung, Anzahl Schritte, Wohlergehen, natürlich leben, Temperatur im Stall, Kuhbüsten, Freilauf Legehennen, Früherkennung bei ungeschlüpften Küken (Forschung), Küken als Eiweißfutter, Schwarze Schafe, Schweine sind Gruppentiere, natürliches Leben, faire Behandlung, Lebensdauer Kuh, Sonnenlicht, Kontrolle von Tierhaltungskriterien, Aktivitätschip Kuh, Anzahl Kauschläge, Preissteigerung = mehr Platz, Hühnermobil, Bio auf Stroh
	Nutztier (-haltung) (n=27)	Nutzung zum Lebensunterhalt (n=6), Ertrag/Wirtschaftlichkeit (n=5), Weidehaltung (n=3), Kälbermast, Vergleich Früher-heute, Bodenhaltung, Zeitliche Einbindung und Verantwortung als Landwirt, Bindung zum Tier, Schweinehaltung: Klauenpflege, Ferkelhaltung, Gruppenhaltung, Außenklimaställe schwierig; Kälber trennen, Bullenhaltung ohne Weidehaltung (Gefahr), Sterberate, Aktivstall Pferdehaltung, Transport, Abszesse bei Schweinen, Transport bei Krankheit, kurze Transportwege, Käfighaltung: Produktionsverlagerung ins Ausland, Eierschalendicke, Mutterkuhhaltung, Zuchttiere
	Zertifizierung N=33	Bioland Vertrag (n=9), „Bio“ (n=6), Tierwohl (n=3), Vertrauen nur in Demeter, Naturland, Bioland (n=3), Landliebe-Audits, Misstrauen in Bio, QS-Zertifizierung, EU-Bio-Siegel, Importprodukte, Vertrauen in dt. Siegel (n=3), Stallgröße Biohaltung, Weidehaltung, Laufhof, Transparenz, Eiergröße, Erkennbarkeit, Gentechnikfreie Milch, Landliebe, konventionell, Kontrollorgan, Bio ohne Weidehaltung, Codierung Eier, Mercosur-Abkommen, Feed-Lots
	Tötung Tier (n=12)	„Kükenschreddern“ (n=3), Vergasung d. Küken,; Legehennen, Schlachtung Bullen, Schlachtgewicht, Export Tierstücke Kongo/China, BSE-Krise, ASP-Gefahr, Schweinefleisch, Tötung Nutztier, Reduktion Tier-Menge
	Fütterung (n=12)	Futteranbau (n=7), 4 Futterproduktion (n=4), Kuhfütterung, Gerstenreste Brauerei, Sojaanbau in Deutschland, Futterimporte aus Übersee, regionale Futterproduktion, geringe Futterproduktion (Dürre)
Technik in der Landwirtschaft	Drohnen (n=21)	Wärmebildkamera zum Aufspüren von Rehkitzen(n=12), Precision Farming (n=8), Feld-/Pflanzenbeobachtung (n=3), Botulismus, Werbefilme, Roboter zum Unkrautpflücken / Plane heben, Pflege der Felder, Vergleich Satellitenbilder, Überwachung Daten, Kostendeckung
	Technik in der LW (n=23)	Melkroboter (n=11) (Freiwilligkeit Melken) (n=4), Laktationsperiode, Computerintensiv, Milchprobe, keine Weidehaltung), Arbeitserleichterung (n=9), Einsatz Großmaschinen ist kostenintensiv (n=9) = Verdrängung Kleinbauern, Lohnunternehmen, Effizienz Arbeit (n=3), Vergleich Melkstand, Buchführung, Reinigungsroboter, Technisierung Sauen-Haltung, Rondell, automatische Fütterung (Schwein), Arbeitskraftentlastung/-einsparung, Maschinengemeinschaften, Kostenfaktor, Monopolbildung Maschinen, Größe Betrieb
	Tierwohl und Technik (n=19)	Kuhbürste, Fieber messen, Raumtemperatur (Geflügel), Reinigungsroboter, Fütterung automatisiert, Beinbruch bei Kuh, Kreissaal für Kuh, Licht im Stall (Schwein), Größe des Stalls, Messung von Stress, Ermöglichung Tierbeobachtung, Stallgröße vor Technik, Moderne "Massentierhaltung"
Umwelt in der Landwirtschaft	Bedeutung Boden Wasser Luft (n=22)	Generationenaufgabe (n=3), Wirtschaftsfaktoren, Grundwasserschutz, Nitratwerte, Rahmenbedingungen, Partikelfilter an Maschinen, Düngeverordnung, Stallbau mit Emissionsgutachten, Schutz des Ökosystems, Wasserqualität, Bewässerung, Fruchtfolge, Maisanbau für Bodenfruchtbarkeit kritisch, Monokultur, Pestizidrückstand im Endprodukt
	Gentechnik (n=18)	Erlaubnis in USA (n=3), Anbau-Verbot in Deutschland (n=3), Reduktion des Pflanzenschutzmitteleinsatzes (n=3), Patentsmacht als Problem, Kontrollen, Gefahr durch Wind, Differenzierung Tomaten/Mais, Manipulation durch radioaktive Strahlung, Klimatoleranz der Pflanzen, Tiergenetik, Leistungszucht, Ertragssteigerung, Resistenz-Gefahr, Gentechnikfreie Milch, Gen-Sojaschrot, Trockenresistenz, Verbot Crisp-Schere in Dt., BT-Mais
	Anbauweise (n=22)	Zielkonflikt Bio/konventionell (n=8), Bio-Honig aus Übersee (n=3), Eier in Bio, ohne GMO, Verzicht Einsatz Düngemittel, Ertragsunterschied Getreide, Flächenproblem bei Umstellung, Betriebsumstellung ist Einstellungs-sache, Nahrungsmittelsicherheit, Mehrarbeit, Vertrauen, Extensivierung, Kosten Pflanzenschutz
	Naturschutz (n=6)	Vogelschutzgebiet auf landw. Fläche, Blühstreifen, Imkerei, Abhängigkeit Bienen bei Sonderkulturen, Biodiversität, Fridays-for-future

	Düngung (n=10)	CO2-Bindung, Gülle (Aufbringung Bodenverteiler, Schlitzverteiler, Gülleverkauf zum Flächenausgleich), Kreislaufwirtschaft, Düngeverordnung
	Pflanzenschutz (n=17)	Precision Farming (n=4), Glyphosat (RoundUp in dt. Gärten, Kartoffelanbau, Ertragsrückgang bei Nichteinsatz) (n=3), keine Rückstände in Lebensmitteln, Einsatz Insektizide, Rückgang Insekten, Biomasse, Zucht von Resistenzen, Prozessoptimierung, Ausbringung technisch/händig, Kreislaufwirtschaft im Biosektor
	Verantwortung Landschaft (n=9)	Appell an alle Bürger (n=6), Vermüllung der Felder (n=5), Hecken schneiden nicht notwendig, Bienen schützen (Varroamilbe), Aufgabe der Landwirte und Landwirtinnen
Politik in der Landwirtschaft	Vertretung Interessen (n=15)	Stärkung der landw. Lobby (n=8), Verbraucherschutz (n=3), Sachlichkeit, Verbandspolitik (begrenzter Entscheidungsspielraum, nicht interessengerecht), korrekte Kommunikation (Bsp.: „Kükenschreddern“), Uneinigkeit zwischen Verbänden, CSU bessere Interessenvertretung, Dürreperioden, Mercosur-Abkommen, Preispolitik, Landjugend im Ehrenamt, Stalleinbrüche, Verengung der Marge, Nischenmarkt, ungenügende Transparenz
	politische Planungsicherheit (n=16)	Stallbau (n=3), Investitionsrisiko (n=3), Preisdruck durch EU-Preis-Politik (n=3), Zertifizierung Bio innerhalb EU unterschiedlich (FR/D) (Geflügelhaltung), Genehmigung langwierig, EU-Abhängigkeit trotz Wetter- und Flächenunterschieden, Nationalisierung Landwirtschaft, Bestandsschutz / Übergangsfristen nicht ausreichend, Verlagerung, Schweinemast, Ausgleichszahlungen inexistent, realitätsferne Politikarbeit
	Erneuerbare Energien (n=17)	Maisanbau für Biogasanlagen (n=8), Windkraft (n=6), Solar (n=6), Flächenversiegelung (n=4) (zu Lasten der Nahrungsmittelproduktion), Subventionierung Biogas, Wasserkraft, Entschädigungszahlung, Biogas pur aus Gülle, Flächenkonkurrenz über Preis (Maisanbau), CO2-Bindung mit Kreislaufwirtschaft, Umweltdienstleistungen
	Markt und Eigentum (n=20)	Preisdruck/-politik in EU (n=6), Milchpreis (n=3), Druck vom LEH (n=3), Wettbewerbsverzerrung EU, Export, Verlagerung ins Ausland (Legehennen), Fettreduktion Mastscheine, Produktionsüberschuss, Kritik an Überproduktion, Investitionen, Pachtflächen, Flächenbesitz, Autonomie, Gewinnoptimierung, Hofübernahme schwierig
Wertschätzung von Lebensmitteln	Regio-/ Saisonalität (n=33)	Saisonale Produkte, Regionalität fördern, Herkunft Lebensmittel, Regionale Kartoffeln, Dorfläden, Produkte aus Deutschland, Jahresware (Äpfel), Regionalität über Bio (dt. Kontrollen), Herkunft Lebensmittel, Europa als Region, Produkte aus Übersee
	Direktvermarktung (n=41)	Direktvermarktung (n=16) (schwierig bei Schwein, wirtschaftl. schwierig), Hühnermobil (n=6), Abhängigkeit LEH umgehen, Milchtankstelle (n=7), kein Zwischenhändler, Herstellungsart, hohe Auflagen, Verbraucherkontakt ohne Direktvermarktung
	Wertschätzung (n=33)	Zahlungsbereitschaft (n=9), Diskrepanz Kaufverhalten/Wunschdenken (n=6), Bewussterer Fleischkonsum (n=6), gehaltsabhängig (n=5), Verantwortung aller Bürger (n=3), Wertschätzung durch Preis (n=4), Lebensmittelverschwendung (n=3), Lebensunterhalt als Landwirt, Wahlmöglichkeiten für Verbraucher, Freiland-Eier, Preisdumping, Alltag verwehrt Möglichkeiten, Sauerbraten, westfälische Esskultur, Fast Food, Geschmack, Aufschnitt, Landleben, Gesundheit
	Bedeutung Lebensmittel (n=16)	Fleischbezug beim Metzger (n=4), Fleischbezug beim Discounter (n=4), Mindesthaltbarkeitsdatum, Selbstversorgung, Geschmack, Lebenserhaltung, Preispolitik LEH, Kontakt zum Verbraucher, Qualität von Bio-Produkten, Qualität von Quantität, auch Kleinbauer liefert an Industrie, Früher-heute-Vergleiche
	Öffentlichkeitsarbeit (n=30)	Tag der offenen Tür (n=8), Kontakt zum Landwirt (n=5), Moderne "Massentierhaltung" (n=3), Besuch Spaziergängern (n=3), Aufklärung notwendig (V), Guck-Fenster im Stall, Hofrundgang (Schwein), Einkauf auf dem Markt, Kommunikation Glyphosateinsatz, Akzeptanz Meinungsunterschiede, junge Generation, virtueller Rundgang, schlechtes Image, „richtige“ Zielgruppe schwer erreichbar, Initiative aus LW, Bauernhofpädagogik, Traktorfahrt, Schulung Marketing, frische Marktsprüche, Gute Laune verkaufen, Entfremdung Gesellschaft-LW
	Medienbilder (n=11)	Bauer sucht Frau (n=3): Darstellung des Landwirts als "dumm", Schweinehaltung: Schweine sind Gruppentiere, Milchvieh: Anbindehaltung, Polarisierung, grausame Bilder, schwarze Schafe, keine Tierwohlställe durch PETA, realitätsfern

Die Bewertungen der Gespräche sind bezüglich unterschiedlicher Qualitätsmerkmale für einen Dialog als durchschnittlich hoch einzuordnen (Tabelle 7); aus der VB war die Zustimmung etwas stärker (Wert: 88,2) als aus der LW (Wert: 84,6). Sehr hohe Zustimmungswerte gab es für Glaubwürdigkeit und Augenhöhe von beiden Seiten. Aus der VB wurde insbesondere eine Stärkung ihres Vertrauens, Verständnisses und Nachvollziehbarkeit deutlich.

Tabelle 7 Gesprächsbewertung auf einer Analogskala mit 100 als maximalem Zustimmungswert nach verschiedenen Merkmalen, jeweils von der Personengruppe Verbraucherschaft und Landwirtschaft, nach Themen der Gesprächsrunden (Gespräche: n=110; Teilnehmende: n=46)

<i>Gesprächsmerkmale</i>											
	Glaubwürdigkeit	Vertrauen	Akzeptanz	Bereicherung	Austausch	Gesprächs-atmosphäre	Augenhöhe	Eingehen Anliegen	Verständnis	Nachvollziehbarkeit	Gesamt

Landwirtschaft	86	81	76	74	79	85	85	81	78	79	80
Tier	90	80	76	68	82	83	92	86	78	83	82
Technik	86	82	75	73	85	87	85	84	77	75	81
Umwelt	85	83	79	76	75	82	84	80	81	79	80
Politik	84	80	74	72	73	84	80	75	75	77	77
Wertschätzung	85	81	78	80	83	88	83	81	81	83	82
Verbraucherschaft	89	87	83	84	83	85	87	87	85	85	86
Tier	89	88	79	80	80	83	89	88	86	85	85
Technik	89	87	84	84	83	86	84	86	86	87	86
Umwelt	90	90	83	87	84	85	83	86	85	84	86
Politik	86	85	80	84	82	86	88	85	82	83	84
Wertschätzung	88	87	86	86	88	86	90	88	88	83	88
Gesamt	87	84	79	79	81	85	86	84	82	82	83

Quelle: Eigene Darstellung

Durch die in Tabelle 8 ersichtlichen mittleren bis hohen Korrelationen zwischen Verständnis, Nachvollziehbarkeit, Akzeptanz und Glaubwürdigkeit kann davon ausgegangen werden, dass sich diese jeweils gegenseitig positiv beeinflussen und gegenseitig bedingen. Hier seien insbesondere die drei stärksten Korrelationen (zwischen 0,78 und 0,74) zwischen Akzeptanz und Nachvollziehbarkeit; zwischen Nachvollziehbarkeit und Verständnis; sowie zwischen Glaubwürdigkeit und Vertrauen genannt. Außerdem kann ein positiver Zusammenhang mit einer Korrelationsstärke zwischen 0,61 und 0,66 zwischen dem (empfundene) Austausch und Bereicherung; Verständnis und Bereicherung; Akzeptanz und Glaubwürdigkeit; sowie Akzeptanz und Verständnis nachgewiesen werden. Ein kausaler Zusammenhang kann statistisch mit dem vorhandenen Datensatz nicht ausgewertet werden.

Tabelle 8 Korrelationen (Auswahl) zwischen den Merkmalen der Gesprächsbewertung (Gespräche: n = 110; Teilnehmende: n = 46)

<i>Gesprächsmerkmale</i>	Gesprächs- atmosphäre	Bereiche- rung	Austausch	Vertrauen	Glaubwür- digkeit	Augenhöhe	Eingehen Anliegen	Verständ- nis	Nachvoll- ziehbarkeit	Akzeptanz
Bereicherung	0,45									
Austausch	0,38	0,62								
Vertrauen	0,43	0,58	0,55							
Glaubwürdigkeit	0,37	0,48	0,50	0,76						
Augenhöhe	0,33	0,36	0,46	0,51	0,52					
Eingehen Anliegen	0,41	0,53	0,54	0,54	0,50	0,47				
Verständnis	0,31	0,61	0,56	0,57	0,60	0,45	0,62			
Nachvollziehbarkeit	0,33	0,58	0,55	0,57	0,60	0,45	0,53	0,74		
Akzeptanz	0,31	0,58	0,50	0,59	0,63	0,44	0,57	0,66	0,78	
Gespräch allgemein	0,48	0,48	0,47	0,61	0,60	0,49	0,52	0,50	0,60	0,60

Quelle: Eigene Darstellung

5 Diskussion

Zusammenfassend wird aus den Ergebnissen ersichtlich, dass das persönliche Aufeinandertreffen zwischen Menschen aus der LW und der VB bei Gesprächen über kritikbehaftete Themen aus Landwirtschaft und Ernährung insgesamt von den Teilnehmenden als sehr positiv wahrgenommen wird. Obwohl die analysierten Gespräche im Sinne eines dyadisch symmetrischen Kommunikationsprozesses (GRUNIG UND HUNT, 1984; BUBER, 1997) auf Basis der qualitativ

inhalts-analytisch abgeleiteten Variablen nicht als ausgeglichen bewertet werden können, werden die Begegnungen von den teilnehmenden Personen bei einer skalenbasierten Gesamtfrage zustimmend als ein „Gespräch auf Augenhöhe“ wahrgenommen. Jedoch ist diese Bewertung vor dem Hintergrund eines hohen Involvements des Teilnehmenden, eines breiten Konsens´, dass Gespräche auf Augenhöhe stattfinden sollten und sozial erwünschtes Antwortverhalten wahrscheinlich ist, kritisch zu betrachten.

Beide Gesprächsseiten bringen sich emotional-persönlich als auch sachlich, wenn auch nicht zu gleichen Anteilen, in das Gespräch mit ein – zusammen mit den hohen Werten der empfundenen Akzeptanz der Einstellungen des Gegenübers verdeutlichen diese Bewertungen, dass der Eins-zu-eins-Dialog eine Gegenbewegung zu der bisher stark in der landwirtschaftlichen Öffentlichkeitsarbeit vertretenen monologischen, unidirektionalen Informationspolitik darstellt (GRUNIG UND HUNT, 1984; SPILLER et al., 2015). Obwohl die Gespräche überwiegend auf sachlich-inhaltlicher Ebene geführt wurden und die persönliche Ebene zwar regelmäßig, aber eher am Rande eine Rolle spielte, kann von einer dialogähnlichen Kommunikation ausgegangen werden. Indem Verbraucher oder Verbraucherinnen häufiger die Fragen stellten und somit den Interpretationsspielraum auch für sich beanspruchten, konnte die „Machtasymmetrie“ zu Teilen aufgehoben werden (KVALE, 2006). Kritisch ist dennoch die geringe ethische Auseinandersetzung von beiden Seiten zu betrachten, da diese insbesondere beim Thema Tierhaltung eine besonders wichtige Komponente darstellt (LUY, 2018). Nichtsdestotrotz eröffnete der Austausch von Wissen, Erfahrungen und Meinungen eine Plattform, die den Teilnehmenden ermöglichte, für sich zu sprechen (WANG, 2011). Hieraus kann sich die mehrheitlich positive Beurteilung der Gespräche auf beiden Seiten erklären – abgesehen vom Thema Tierhaltung, hier sind Ausnahmen festzustellen.

Mit Blick auf andere Studien in denen dialogähnliche Formate als vertrauensbildende Maßnahme genutzt werden erscheint eine „Symmetrie“ in den Gesprächen als nebensächlich: Vergleichbare gesellschaftsrelevante und konfliktbehaftete Fragestellungen zeigen auf, dass konsens- oder Akzeptanzbildende Kommunikationsformate stets mit Aufklärung und Wissensvermittlung einhergehen, wenngleich auch hier dialogähnliche Formate die Grundlage bilden (vgl. KORN et al., 2006; L.B.W., 2007; WANG, 2011; KÜHL et al., 2016; MASSER 2014). Eine ausschließlich auf dem gegenseitigen Kennenlernen beruhende Maßnahme zur gegenseitigen Akzeptanzbildung und Annäherung von Menschen unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen finden eher im interkulturellen und sozialen Zusammenleben in Form von Dialogen sinnvolle Anwendung (NAGDA et al., 2009; CONTI, 2010; BONACCHI, 2012). Hieraus lässt sich schließen, dass Themenbereiche mit einem fachlichen Bezug und unterschiedlichen kritischen Interessengruppen, wie beispielsweise die LW, besonders von einer persönlich wie fachlich ausgewogenen Kommunikation profitieren würden.

Hinsichtlich einer stärkeren ethischen Auseinandersetzung ist insbesondere beim Thema Tierhaltung zu vermuten, dass ein disparater Zugang von Seiten der VB und der LW besteht, da von divergierenden Realitätsbezügen mit unterschiedlichen kulturellen Wertesystemen ausgegangen werden kann (FRASER, 2003; KOFAHL & WEYAND, 2016). Entsprechend der Annahme, dass hierbei ein Richtig oder Falsch relativ zu betrachten ist, eignet sich dieses Themenbeispiel, um den Nutzen und die potenzielle Wirkung eines Dialoges zu verdeutlichen. Inwiefern und welcher moralische Status Tieren zugeschrieben wird basiert zumeist auf dem kulturellen Wertekontext jedes Einzelnen. Im Dialog werden möglicherweise zwei unterschiedliche Wertekontexte geäußert (vgl. WILDRAUT et al. 2020) und ermöglichen so deren Austausch und Verständnis füreinander. Wenn diese Möglichkeit nicht gegeben ist, besteht die Gefahr, dass andere Wertvorstellungen im Verborgenen bleiben (FRASER, 2003) und keine Annäherung stattfinden

kann. Die Ergebnisse zeigen, dass aufgrund der Ermöglichung des Austauschs auf sachlicher *und* persönlicher Ebene der Austausch jeweiliger Wertvorstellungen und Anliegen erwirkt wird, dies hier jedoch noch unzureichend der Fall war, sodass eine Wirkung gemessen werden könnte. Diese ethische Auseinandersetzung wird jedoch als unerlässlich erachtet, wenn *langfristig* Themenkonflikte bearbeitet und Vertrauen und Akzeptanz von beiden Seiten befördert werden will (KVALE et al., 2006; THUMMES, 2009). So kann insbesondere beim Thema Tierhaltung eine Annäherung zwischen Menschen aus der VB und LW erreicht werden, auch wenn kein Konsens erreicht wurde bzw. in der landwirtschaftlichen *Praxis* unvereinbare oder nicht kompensierbare Einstellungen kaum lösbar sind (SPILLER et al., 2015).

Trotz einer geringen ethisch-moralischen Auseinandersetzung in den Gesprächen bewertete die Mehrheit der Teilnehmenden ihr Vertrauen in den Gesprächspartner nach dem Gespräch als hoch. Vor dem Hintergrund einer wachsenden Distanz zwischen VB und LW und der Tatsache, dass die Landwirtschaft meist fernab von Städten und öffentlich zugänglichen Bereichen stattfindet, zeigt sich ein hohes Maß an Vertrauen und der damit einhergehenden hohen Reputation als wichtig und existenzsichernd (ALBERSMEIER, 2010; EISENEGGER, 2015). Diese erfordert eine einheitliche Werteorientierung, um der Branche die notwendige gesellschaftlich und wirtschaftlich funktionale Relevanz, Vertrauen und Legitimität zusprechen zu können (WÜST, 2012; EISENEGGER, 2015). Ein wirkungsvolles Instrument des Reputationsmanagements ist der face-to-face Dialog und eröffnet insbesondere in Anbetracht dynamischer gesellschaftlicher Entwicklungen die Möglichkeit, auf kontinuierliche Veränderungen reagieren zu können (WÜST 2012). Die durchschnittlich guten Bewertungen der Gespräche insbesondere des Vertrauens können zunächst mit der persönlichen Situation als solche begründet werden (KÜNKEL et al., 2019). Dies spricht dafür, dass sich die landwirtschaftliche Öffentlichkeitsarbeit durch dialogbasierte Formate verstärkt dem Ziel des Vertrauensaufbaus und somit seiner Reputation widmen kann (NIESSEN UND REUCHAMPS, 2019), jedoch der Vertrauensaufbau nachhaltiger wirkt, wenn er *aktiver* durch das aktive Ergreifen der Initiative, befördert wird, wie nachfolgend beschrieben.

Gespräche mit Meinungsunterschieden wurden nicht besser oder schlechter bewertet als Gespräche, in denen sich die Gesprächspartner einvernehmlich unterhielten. Es ist daher zu vermuten, dass Dialogformate, die sich stärker an der Kritik und den Erwartungen der Gesellschaft orientieren, nachhaltiger zu gegenseitigem Vertrauen, Verständnis und einer Annäherung zwischen VB und LW beitragen, weil sie auf diese Weise die kritischen Aspekte miteinbezieht (WÜST, 2012; FRIETERS-REERMANN und LANG-WOJTASIK, 2015) und diese nicht „schöngeredet“ noch untergräbt. Die derzeitige Öffentlichkeitsarbeit, trotz eines hohen Grades an Nahbarkeit, spricht die kritischen Aspekte der Gesellschaft nur unzureichend direkt an (ALBERSMEIER, 2010), wodurch der Kern des Problems nicht bearbeitet werden kann (BUBER, 1997). Dies kann daran liegen, dass ein Konflikt vermieden werden bzw. das Risiko der Antipathie nicht eingegangen werden will, um dementsprechende Auswirkungen zu vermeiden (CHESS et al., 1988), jedoch kann gerade der Konsens über den Dissens Verhandlungen oder Kompromisse erst ermöglichen (ZÖLLER, 2005). Es ist außerdem möglich, dass der Dialog zu stark als Einigungsprozess wahrgenommen wird. Jedoch entschärfen sich Konflikte insbesondere dann, wenn sie verbalisiert werden, auch wenn dies entsprechenden Mut erfordern (KÜNKEL et al., 2019). Tatsächliche Konsensbildungsprozesse sind anders zu konzipieren und sind in diesem Fall nicht zielführend (KÜHL et al., 2016; FRIETERS-REERMANN und LANG-WOJTASIK, 2015), wie bereits im ersten Abschnitt beschrieben. Eine Konfliktbearbeitung bedeutet eine stärkere Transparenz kritischer Themen im direkten Dialog – grundsätzlich bietet dieser ein hohes Potential, sich transparent und authentisch zu zeigen (FINKEL UND EASTWICK, 2018), jedoch

wurde dieses in den vorliegenden Gesprächen bisher unzureichend genutzt. Eine stärkere Transparenz der landwirtschaftlichen Produktionsformen wird von Fachleuten jedoch als nötig empfunden, um mehr Glaubwürdigkeit in der Gesellschaft zu erreichen (WBA, 2015; BERKES et al., 2019).

Die Unterschiedlichkeit der teilnehmenden Personen hatte zur Folge, dass persönliche Anliegen zum Teil nicht mit dem passenden Gegenüber besprochen werden konnten. Beispielsweise konnten Ackerbauern kaum authentische Einblicke in die Schweinehaltung geben, obwohl dies im Interesse des Gegenübers gewesen wäre. Bei der Umsetzung von zukünftigen Dialogformaten ist zu prüfen, ob themen- oder zielgruppenspezifische Ausrichtungen die Bewertung persönlicher Gespräche verbessern können (KLEINHÜCKELKOTTEN, 2005). Damit könnte den Erfahrungs- und Interessengebieten der jeweiligen Personengruppen besser gerecht werden. Allerdings sollte dies nicht allein an sozio-demografischen Merkmalen festgemacht werden: Frühere Untersuchungen haben gezeigt, dass hierüber nur unzureichend gesellschaftliche Gruppen identifiziert werden können. Einstellungen und Wertvorstellungen sind aufgrund der Komplexität der heutigen sozialen Wirklichkeit losgelöst von der sozialen Lage jedes Einzelnen (KLEINHÜCKELKOTTEN, 2005) zu betrachten. Für landwirtschafts- und tierhaltungsspezifische Dialogformate könnte auf spezifische Segmentierungsstudien zurückgegriffen werden (z.B. WERNSMANN et al., 2018; HÖLKER et al., 2019), um eine genauere Zielgruppenausrichtung zu gewährleisten. Zielgruppensegmenten angehörig sind Verhaltensmuster, auf die die Art und der Umfang der Kommunikation abgestimmt werden kann (KLEINHÜCKELKOTTEN, 2005).

Die Relevanz der Öffentlichkeitsorientierung des Agribusiness nimmt aufgrund wachsender Anspruchsgruppen und gesellschaftlicher Stakeholder zu (ALBERSMEIER, 2010). Die Untersuchungsergebnisse können demnach dazu beitragen, Eins-zu-Eins-Dialogformate weiter zu entwickeln, die skaliert und in die Breite getragen werden können. Damit stellt das untersuchte Dialogformat einen weiteren Schritt dar, allgemeine Erkenntnisse aus der Dialogforschung in die Praxis der landwirtschaftlichen Öffentlichkeitsarbeit und von Bürgerdialogen zu bringen. Das untersuchte Format des Speed-Datings befördert den Austausch zwischen landwirtschaftlichen Betrieben und Gesellschaft. Die geführten Dialoge schwächen den Konflikt und die Kritik, dass gesellschaftliche Forderungen an die LW als Einmischung in private bzw. betriebliche Entscheidungen verstanden werden (SPILLER et al., 2015). Neben dem klassischen Ziel der landwirtschaftlichen Öffentlichkeitsarbeit Verständnis und Vertrauen für die eigene Branche zu gewinnen, trägt das untersuchte Dialogformat dazu bei auch auf Seiten der LW neue Perspektiven zu entwickeln.

Für zukünftige Kommunikationsformate ist es empfehlenswert, am Verständnis eines Dialoges im engeren Sinn zu arbeiten und stärker umzusetzen. Außerdem erweist sich eine konkretere inhaltliche Ausrichtung des Gespräches an den Kritikpunkten der jeweiligen Gesprächspartner als sinnvoll und zielführender (ALBERSMEIER, 2012; KÜHL et al., 2016) als auch, zielgruppenorientierte Formate zu entwickeln. Mit initiierten Eins-zu-eins-Begegnungen zwischen Menschen, die sich im Alltag nicht begegnet wären, kann dann möglicherweise erreicht werden, dass auf Basis des persönlichen Zusammentreffens und des Austausches von Wertvorstellungen mehr gegenseitige Wertschätzung, Verständnis und Akzeptanz entstehen. Der zudem deutliche Zusammenhang zwischen diesen Parametern bestätigt sich mit den Erkenntnissen aus anderen Studien und lässt auch den Umkehrschluss zu: Um auch Vertrauen der LW in die Gesellschaft zu gewinnen, braucht es zukünftig verstärkt die Sichtbarmachung von Kompetenz und Glaubwürdigkeit im NGO-Kampagnenmanagement und einer Abkehr von lediglich

öffentlichkeitswirksamen Aktionen (KAYSER et al., 2012). Ein Dialog auf Augenhöhe der beidseitig als solcher geführt wird, kann demnach eine der möglichen Lösungen sein, um verstärkt Glaubwürdigkeit und Vertrauen zwischen allgemeiner Bevölkerung und der LW zurückzugewinnen.

Danksagung:

Ein Dank gilt insbesondere Christiane Wildraut, Carla Ollier und Lea Buzilowski für die eifrige Unterstützung im Projektverlauf und dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MULNV) des Landes Nordrhein-Westfalen, für die finanzielle Förderung des Projektes.

Literatur:

- ALBERSMEIER, F. (2010). Reputationsmanagement im Agribusiness (Doctoral dissertation, Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen).
- BERKES, J.C.M. (2020). Chancen und Perspektiven für einen Dialog zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft für mehr Akzeptanz und Wertschätzung – Einschätzungen von Branchenvertretern aus NRW. Berichte über Landwirtschaft-Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft.
- BOEIJE, H., T'HART, H., HOX, J. (2009): Onderzoeksmethoden. Boom onderwijs.
- BOHM, D. (2005). Der Dialog. Das offene Gespräch am Ende der Diskussionen. Stuttgart, Klett-Cotta.
- BOHNSACK, R., MEUSER, M., & GEIMER, A. (Eds.). (2018). Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung. UTB GmbH.
- BONACCHI, S. (2012). Interkulturelle Kommunikation, Dialog- und Konfliktforschung: Einige Bemerkungen zum Forschungsgegenstand, zu den Erkenntniszielen und Untersuchungsmethoden der anthropozentrischen Kulturologie. Zeitschrift des Verbandes Polnischer Germanisten, 1(1).
- BROSIUS, H.-B.; HAAS, A. UND KOSCHEL, F. (2012): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer.
- BUBER, M. (1997). Das dialogische Prinzip. Schneider.
- CHESS, C., HANCE, B. J., & SANDMAN, P. M. (1988). Improving dialogue with communities: a short guide for government risk communication. Division of Science and Research, New Jersey Department of Environmental Protection.
- CHRISTOPH I., BRUHN, M. UND ROOSEN, J. (2008): Knowledge, attitudes towards and acceptability of genetic modification in Germany, *Appetite* 51: 58-68.
- CHRISTOPH-SCHULZ, I. (2018). SocialLab–Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft. *Journal of Consumer Protection and Food Safety*, 13(2), 145-236.
- CONTI, L. (2010). Vom interkulturellen zum transkulturellen Dialog: Ein Perspektivenwechsel. *Transkulturalität, Transnationalität, Transstaatlichkeit, Translokalität. Theoretische und empirische Begriffsbestimmungen*, 173-189.
- CORDTS, A., SPILLER, A., NITZKO, S., GRETHE, H., & DUMAN, N. (2013): Imageprobleme beeinflussen den Konsum - Von unbekümmerten Fleischessern, Flexitariern und (Lebensabschnitts-) Vegetariern. In: *FleischWirtschaft* 07 2013, S. 59ff. Frankfurt.
- DÜRNBERGER, C. (2019). 'You should be slaughtered!' Experiences of criticism/hate speech, motives and strategies among German-speaking livestock farmers using social media.
- EISENEGGER, M., & SCHRANZ, M. (2015). Unternehmen, moralische Risiken und Reputationsmanagement. In *Unternehmen im öffentlichen Raum* (pp. 133-149). Springer VS, Wiesbaden.
- FINKEL, E.J., & EASTWICK, P.W. (2008). Speed-dating. *Current Directions in Psychological Science*, 17(3), 193-197.
- FRANZ, E. (2010). Kommunikative Verfahren beim SpeedDating-eine empirische Gattungsanalyse. URL: http://noam.uni-muenster.de/sasi/Franz_SASI.pdf.

- FRASER, D. (2003). Assessing animal welfare at the farm and group level: the interplay of science and values.
- FRIETERS-REERMANN, N., & LANG-WOJTASIK, G. (2015). Friedenspädagogik und Gewaltfreiheit: Denkanstöße für eine differenzsensible Kommunikations- und Konfliktkultur (p. 226). Verlag Barbara Budrich.
- FUNKE, F. (2006). Online-und Offlinevergleich visueller Analogskalen mit 4-und 8-stufig skalierten Likert-Skalen bei einem Fragebogen zum Verhalten in sozialen Gruppen. In *Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie " Soziale Ungleichheit-kulturelle Unterschiede "* (pp. 4826-4838). Campus Verl..
- GADAMER, H. G., WEINSHEIMER, J., & MARSHALL, D. G. (1975). Truth and method (Wahrheit und Methode). London, Sheed & Ward and.
- GLÄSER, J., & LAUDEL, G. (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Springer-Verlag.
- GRUNIG, J. E., & HUNT, T. T. (1984). Managing public relations. Holt, Rinehart and Winston.
- HELMLE, S. (2011): Images der Landwirtschaft. Weikersheim.
- HOLLAND, H. (2011): Direktmarketing: im Dialog mit dem Kunden. Vahlen.
- HÖLKER, S., VON MEYER-HÖFER, M., & SPILLER, A. (2019). Animal Ethics and Eating Animals: Consumer Segmentation Based on Domain-Specific Values. *Sustainability*, 11(14), 3907.
- HUNECKE, C., MEHLHOUSE, C., BUSCH, G., SPILLER, A., BRÜMMER, B. (2020). Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse im Jahr 2019. *German Journal of Agricultural Economics*, 69, 67-92.
- KAYSER, M., BÖHM, J., SPILLER, A. (2012): Zwischen Markt und Moral. Wie wird die deutsche Land- und Ernährungswirtschaft in der Gesellschaft wahrgenommen? In: *Unternehmerische Landwirtschaft zwischen Marktanforderungen und gesellschaftlichen Erwartungen: 51. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e. V.* S. 329–341.
- KLEINHÜCKELKOTTEN, S. (2005). Suffizienz und Lebensstile. Ansätze für eine milieuorientierte Nachhaltigkeitskommunikation, 2.
- KOFAHL, D., & WEYAND, T. (2016). Halb vegan, halb vegetarisch, aber auch mal Huhn. Soziologische Aspekte des Fleisch-essens und Fleisch-Verzichts in der Gegenwartsgesellschaft. *Zeitschrift für Agrargeschichte und Agrarsoziologie*, 64(2), 77-92.
- KÖNIGSWIESER, R., HALLER, M., MAAS, P., & JARMAI, H. (1996). Risiko-Dialog. Zukunft ohne Harmonieformel. Köln: Deutscher Institut-Verlag.
- KORN, H., SCHLIEP, R., & STADLER, J. (2006). Biodiversität und Klima-Vernetzung der Akteure in Deutschland VIII-. In *Ergebnisse und Dokumentation des 2. Workshops*. BfN-Skripten (Vol. 180).
- KÜHL, Y., WITTSTOCK, F., & WULF, N. (2016). Beteiligung lernen. *TATuP-Zeitschrift für Technikfolgenabschätzung in Theorie und Praxis*, 25(1), 83-89.
- KÜNKEL, P., GERLACH, S., & FRIEG, V. (2019). Kommunikation in Stakeholder-Dialogen. In *Stakeholder-Dialoge erfolgreich gestalten* (pp. 79-91). Springer Gabler, Wiesbaden.
- KVALE, S. (2006). Dominance through interviews and dialogues. *Qualitative inquiry*, 12(3), 480-500.
- L. B. W. (2007). Abschlussbericht zum Hamburger Bürger-Dialog „Living Bridge–Wohnbrücke über die Elbe“.
- LANGER, I. (2000). Das persönliche Gespräch als Weg in der psychologischen Forschung. GwG-Verlag.
- LEITZMANN, C. (2014). Vegetarismus/Veganismus–was dafürspricht. *Schweizer Zeitschrift für Ernährungsmedizin*, 5, 15-19.
- LUY, J. (2018). Der faire Deal: Basis eines neuen Rechtsverständnisses im Tier-, Natur-und Umweltschutz (Vol. 9). Nomos Verlag.

- MASSER, K., RITTER, T., & ZIEKOW, J. (2014). Erweiterte Bürgerbeteiligung bei Großprojekten in Baden-Württemberg - Abschätzung der Auswirkungen der Verwaltungsvorschrift "Bürgerdialog" und des "Leitfadens für eine neue Planungskultur" der Landesregierung.
- MATOBA, K., & SCHEIBLE, D. (2007). Interkulturelle und transkulturelle Kommunikation. Working Paper of International Society for Diversity Management eV, (3).
- MAYRING, P. (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Beltz Verlag, Weinheim und Basel.
- NAGDA, B. A., GURIN, P., SORENSEN, N., & ZÚÑIGA, X. (2009). Evaluating intergroup dialogue: Engaging diversity for personal and social responsibility. *Diversity & democracy*, 12(1), 4-6.
- NIESSEN, C., & REUCHAMPS, M. (2019). Der permanente Bürgerdialog in der Deutschsprachigen Gemeinschaft. *Courrier hebdomadaire du CRISP*, (21), 5a-40.
- RAMMSTEDT, B., KEMPER, C. J., KLEIN, M. C., BEIERLEIN, C., & KOVALEVA, A. (2012). Eine kurze Skala zur Messung der fünf Dimensionen der Persönlichkeit: Big-Five-Inventory-10(BFI-10).
- SCHÜTZ, K., VOGT, L., MERGENTHALER, M. (2019a): Regionale Lebensmittel zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Working Papers des KVF NRW 11. Düsseldorf.
- SCHÜTZ, S. & MERGENTHALER, M. (2019b) Neue Informations- und Kommunikationstechnologien für regionale Lebensmittel am Point of Sale. Umsetzungsperspektiven für flexible, individuelle Verbraucherinformationssysteme (fiVIS). 39. Tagung der Gesellschaft für Informatik in der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft. Wien, 18.-19. Feb. 2019.
- SIMMONS, M. (2009) „Speed dating“ for careers advice in psychiatry. *BMJ*, 339, b4278.
- SPILLER, A., GAULY, M., BALMANN, A., BAUJUS, J., BIRNER, R., BOKELMANN, W., ... & LATA CZ-LOHMANN, U. (2015). Wege zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung.
- SPILLER, A., VON MEYER-HÖFER, M., & SONNTAG, W. (2016). Gibt es eine Zukunft für die moderne konventionelle Tierhaltung in Nordwesteuropa? (No.1608). Diskussionsbeitrag.
- STRÜBING, J. (2013): Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung. Walter de Gruyter.
- THIEL, J., L. LANGERT & MERGENTHALER, M. (2016): Hofbesuche erhöhen bei Jugendlichen in einer kleinen Stichprobe das Wissen über Landwirtschaft führen aber nicht zu positiveren Einstellungen. Notizen aus der Forschung Nr. 9/2016. Fachbereich Agrarwirtschaft, Soest.
- THUMMES, K. (2009). Ist Kommunikation messbar. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse der Quantifizierbarkeit von Kommunikation und aktueller Ansätze des Kommunikations-Controllings. Berlin: Helios.
- TUROWETZ, J., & HOLLANDER, M. M. (2012). Assessing the experience of speed dating. *Discourse Studies*, 14(5), 635-658.
- WANG, H. (2011). Stakeholder dialogue as an institutional strategy for sustainable development in China: the case of community environmental roundtables. The World Bank.
- WBA WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT AGRARPOLITIK BEIM BMEL (2015): Wege zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung. Gutachten. Berlin.
- WERNSMANN, A., WILDRAUT, C., VON MEYER-HOEFER, M., & MERGENTHALER, M. (2018). Perception and evaluation of a pig fattening pen based on film material in an online survey experiment with German citizens. *German Journal of Agricultural Economics*, 67(4), 246-266.
- WILDRAUT, C., MERGENTHALER, M. (2016): Einstellungen von Verbrauchern zu Haltungsbedingungen von Schweinen in gemeinsamen Gruppendiskussionen mit Landwirten. Notizen aus der Forschung Nr. 23/2016. Fachbereich Agrarwirtschaft, Soest.
- WILDRAUT, C., MERGENTHALER, M. (2020): Mensch-Tier-Beziehungen als Ansatzpunkt einer gesellschaftlich akzeptierten landwirtschaftlichen Tierhaltung – eine gemischt-methodische Untersuchung bei Landwirtinnen und Landwirten. *Berichte über Landwirtschaft (im Druck)*.
- WÜST, C. (2012). Corporate Reputation Management – die kraftvolle Währung für Unternehmenserfolg. In *Corporate reputation management* (pp. 3-56). Gabler Verlag, Wiesbaden.
- ZEIT ONLINE. (2018). Machen Sie mit bei "Deutschland spricht"! 11. Juli 2018. Zeit Online Redaktion.

- ZANDER, K., ISERMEYER, F., BÜRGELT, D., CHRISTOPH-SCHULZ, I., SALAMON, P., & WEIBLE, D. (2013): Erwartungen der Gesellschaft an die Landwirtschaft. Münster: Stiftung Westfälische Landwirtschaft.
- ZÖLLER, K. (2005). Akzeptanz durch Dialog?: eine wirtschaftsgeographische Untersuchung deutscher und amerikanischer Chemiedialoge.