

Eigenes Engagement und Verantwortungszuschreibung für Öffentlichkeitsarbeit von Landwirtinnen und Landwirten

Marcus Mergenthaler

Einleitung

Landwirtinnen und Landwirte bewerten die Öffentlichkeitsarbeit ihrer Branche sehr unterschiedlich (MERGENTHALER 2019). Der Umfang, die Strukturen und auch die inhaltlichen bzw. methodischen Herangehensweisen in der branchenweiten Öffentlichkeitsarbeit haben sich seit der Auflösung der *Centralen Marketinggesellschaft der Deutschen Agrarwirtschaft mbH (CMA)* im Jahr 2009 zwar sehr vielfältig entwickelt, jedoch wird seit dem immer wieder ein fehlendes konzertiertes und substantielles Engagement der Branche kritisiert (z.B. STEPHAN 2018; LENFERS 2018). Wegen fehlender Finanzierungsmechanismen stehen bestehende Zusammenschlüsse in ihrer Mittelausstattung hinter der ehemaligen CMA weit zurück. Offen ist hierbei insbesondere, wer welche Zuständigkeiten übernehmen und wie die Öffentlichkeitsarbeit finanziert werden sollte. Träger der Öffentlichkeitsarbeit können individuelle Betriebe, Zusammenschlüsse von Betrieben, Verbände, Vereine oder Unternehmen im vor- und nachgelagerten Bereich sein (vgl. STRECKER et al. 2010). Wie bereit Landwirtinnen und Landwirte sind, Öffentlichkeitsarbeit selbst zu betreiben, wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst (WELLNER et al. 2017). Von besonderer Bedeutung ist die Frage der Trägerschaft, da bei allgemein für die Landwirtschaft wirkender Öffentlichkeitsarbeit Kosten und Nutzen nicht bei denselben individuellen Akteuren zusammenfallen und damit mögliche Trittbrettfahrerprobleme entstehen (vgl. HENNEBERGER 2017). Bei der Kritik am fehlenden finanziellen Engagement der Landwirtschaft (z.B. STEPHAN 2018; LENFERS 2018) wird eine mögliche Trittbrettfahrerproblematik meist ignoriert. Dabei fehlen gleichzeitig wissenschaftliche Untersuchungen zur Trittbrettfahrerproblematik im Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit insgesamt (DOAN et al. 2018). Ziel der vorliegenden explorativen Untersuchung ist es zu analysieren, welchen Zusammenhang es zwischen der Verantwortungszuschreibung einer zukünftigen Öffentlichkeitsarbeit für und in der Landwirtschaft allgemein und der Bereitschaft sich selbst zu engagieren bei Landwirtinnen und Landwirten gibt.

Daten & Methoden

Die Daten für die vorliegende Untersuchung stammen aus einer Online-Befragung in Zusammenarbeit mit einer landwirtschaftlichen Fachzeitschrift. Während eines mehrwöchig geschalteten Aufrufs mit einem entsprechenden aufmerksamkeitsregenden Teaser auf der Homepage der Zeitschrift wurden zwischen Oktober und Dezember 2015 Daten erhoben. Die Befragung wurde auf Basis eines standardisierten Fragebogens mit überwiegend geschlossenen Frageformaten durchgeführt. Details zum Erhebungskonzept und eine Charakterisierung der Stichprobe finden sich bei MENSKE (2016) und bei WILDRAUT et al. (2017).

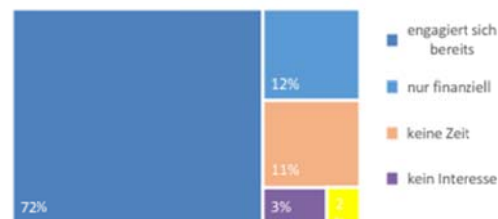
In der vorliegenden Untersuchung wird die Frage ausgewertet: *Inwieweit sind Sie bereit, sich selbst zu engagieren? Welche Aussage trifft am ehesten auf Sie zu?* Als Antwortmöglichkeiten

mit nur einer Antwortmöglichkeit wurden angeboten: *Ich engagiere mich bereits, nur finanziell, keine Zeit, kein Interesse*. Für 916 Befragte liegen Daten vor, worauf sich die vorliegende Untersuchung stützt.

Die zweite hier ausgewertete und in Zusammenhang gebrachte Frage lautete: *Wer soll in Zukunft für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig sein und wer soll sie bezahlen?* Als Antwortkategorien mit möglichen Mehrfachantworten waren jeweils angeboten: *Landwirte selbst, Vertreter des Berufsstandes, vorgelagerte Unternehmen, nachgelagerte Unternehmen, Staat, Sonstiges*. In der hier vorliegenden Auswertung wird dabei lediglich unterschieden inwiefern die beiden Zuschreibungen *bezahlen* und *zuständig* bei den *Landwirten selbst* gesehen werden.

Ergebnisse

Abbildung 1 zeigt den Anteil der insgesamt 916 Befragten mit Angaben zu ihrem Engagement in der Öffentlichkeitsarbeit. Fast drei Viertel der befragten Landwirtinnen und Landwirte geben an sich bereits zu engagieren. Ein weiteres Achtel kann sich lediglich ein finanzielles Engagement vorstellen. Der Rest der Befragten kann sich eher kein Engagement vorstellen und begründet dies hauptsächlich mit fehlender Zeit.



Wortlaut der Frage: Inwieweit sind Sie bereit, sich selbst zu engagieren? Welche Aussage trifft am ehesten auf Sie zu? Antwortkategorien (Einfachauswahl): ich engagiere mich bereits; nur finanziell; keine Zeit; kein Interesse

Abb. 1: Anteil der Befragten mit der Bereitschaft zum eigenen Engagement

Tabelle 1 zeigt inwiefern die befragten Landwirtinnen und Landwirte die Zuständigkeit und die Finanzierung der Öffentlichkeitsarbeit bei *Landwirten selbst* sehen. Während über 70 % die Zuständigkeit bei den *Landwirten selbst* sehen, sind es nur 56% der Befragten, die eine finanzielle Verantwortung bei den *Landwirten selbst* sehen. Diese beiden Teilgruppen überschneiden sich dabei nur teilweise: Zwar sehen 40% der Befragten gleichzeitig die Zuständigkeit und die finanzielle Verantwortung bei den *Landwirten selbst*, daneben betrachten jedoch 31% Landwirte zwar als zuständig, jedoch nicht in der finanziellen Verantwortung für die Öffentlichkeitsarbeit.

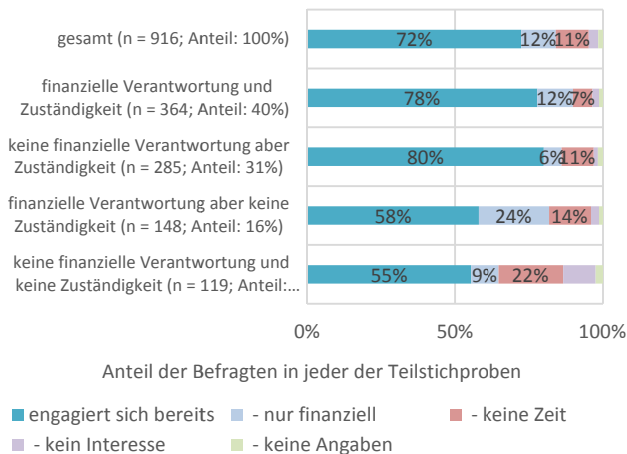
In Abbildung 2 werden die vier aus Tabelle 1 identifizierten Teilstichproben ins Verhältnis zu den Angaben aus Abbildung 1 gesetzt. Es zeigt sich, dass der Anteil derjenigen, die sich bereits engagieren bei den Befragten am höchsten ist, die gleichzeitig die Zuständigkeit der Öffentlichkeitsarbeit bei den Landwirten selbst sehen. Wenn die Zuständigkeit nicht bei den Landwirten selbst gesehen wird, geht dies einher mit einem

geringeren eigenen Engagement, das jedoch immer noch bei weit über 50 % liegt. Die Frage der Zuschreibung der finanziellen Verantwortung hängt weniger stark mit dem eigenen Engagement zusammen.

Tab. 1: Zuschreibung der zukünftigen Finanzierung und Zuständigkeit von Öffentlichkeitsarbeit bei Landwirten selbst durch die befragten Landwirtinnen und Landwirte

		LW zuständig		Gesamt
		nein	ja	
LW bezahlen	nein	119 (13%)	285 (31%)	404 (44%)
	ja	148 (16%)	364 (40%)	512 (56%)
Gesamt		267 (29%)	649 (71%)	916 (100%)

Wortlaut der Frage: Wer soll in Zukunft für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig sein und wer soll sie bezahlen? Darstellung der positiven Angaben bei einer gestützten Abfrage der Kategorie „Landwirte selbst“.



Wortlaut der Fragen: siehe Abbildung 1 und Tabelle 1

Abb. 2: Zusammenhang zwischen eigenem Engagement und der Zuschreibung der zukünftigen Finanzierung und Zuständigkeit von Öffentlichkeitsarbeit

Diskussion

Nur wenige der befragten Landwirtinnen und Landwirte geben in der Befragung an, dass Landwirte selbst die Öffentlichkeitsarbeit der Branche vorrangig finanzieren sollten jedoch den Landwirten selbst nicht die Zuständigkeit zugeschrieben wird. Es gibt also nur bei wenigen den Wunsch sich durch finanzielle Leistungen aus der Zuständigkeit „freizukaufen“ oder Öffentlichkeitsarbeit inhaltlich an andere zu delegieren. Hier wäre zu klären, ob es bei Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit auch einen stärkeren Wunsch zu Partizipation in Form von Mitbestimmung und Mitgestaltung einer zentral organisierten Öffentlichkeitsarbeit gibt. Als ein Beispiel wäre vorstellbar, dass Landwirtinnen und Landwirten über konkrete Vorschläge von Kampagneninhalten und Instrumenten im Rahmen von Online-Befragungen einbezogen werden. Dazu könnte das Stimmengewicht von der Höhe des finanziellen Beitrags abhängig gemacht werden.

In der Befragung wurde eine mögliche Trittbrettfahrer-Problematisierung nicht explizit thematisiert, also die Gefahr, dass sich einzelne Landwirtinnen und Landwirte mit ihrem Engagement für eine Öffentlichkeitsarbeit der Landwirtschaft zurückhalten, weil sie vom Engagement der anderen hoffen profitie-

ren zu können. Die Befragungsergebnisse geben hier vorsichtige Hinweise zumindest auf ein finanzielles Trittbrettfahrerproblem, da ein knappes Drittel der Befragungsteilnehmer *Landwirte selbst* als zuständig für die Öffentlichkeitsarbeit sehen, jedoch keine finanzielle Verantwortung bei *Landwirten selbst* gesehen wird. Um dem Trittbrettfahrerproblem entgegenzuwirken, wäre zu prüfen, inwiefern eine Auszeichnung von finanziell teilnehmenden Landwirtinnen und Landwirten kenntlich gemacht werden kann. Die soziale Dynamik in der Branche honoriert zeitliches Engagement für Öffentlichkeitsarbeit durchaus. Finanzielles Engagement kann jedoch sozialdynamisch in der Branche bisher kaum genutzt werden und finanzielle Trittbrettfahrer bleiben bisher weitgehend anonym und unsichtbar. Hier wäre gemeinsam mit Landwirtinnen und Landwirten zu prüfen, ob und in welcher Form finanziell engagierte Landwirtinnen und Landwirte kenntlich und bekannt gemacht oder ausgezeichnet werden. Auch das oben bereits genannte finanziell gewichtete Mitspracherecht könnte hier Fehlanreize ausgleichen.

An der vorliegenden Untersuchung ist die Art der Stichprobenziehung kritisch anzumerken, die durch den aufmerksamkeits-erregenden Teaser auf der Homepage möglicherweise bereits engagiertere Landwirtinnen und Landwirte in der Öffentlichkeitsarbeit angesprochen hat. Zudem zeigt sich, dass durch die Auswertungsziele hier, die nicht Teil des ursprünglichen Befragungsziels waren, die konkreten Fragen im Fragebogen teilweise unscharf formuliert sind und die angebotenen Antwortkategorien nicht differenziert genug sind. Die in der Diskussion aufgeworfenen Fragen sollten tiefergehend untersucht werden.

Danksagung/Finanzierung: Der Autor dankt Top Agrar für die Unterstützung bei der Datenerhebung sowie Christiane Wildraut und David Menskes für die Mitarbeit bei der Entwicklung des Datenerhebungskonzeptes. Die Untersuchung ist Teil des Projektes „SocialLab – Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft“ finanziert von der BLE im Auftrag des BMEL.

QUELLEN

- DOAN, M. A., & TOLEDANO, M. (2018). Beyond organization-centred public relations: Collective action through a civic crowdfunding campaign. *Public Relations Review*, 44(1), 37-46.
- HENNEBERGER, F. (2017). Zentrale Theorien und etwas Empirie zur Analyse des kollektiven Handelns von Unternehmern. In: *Handbuch Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände in Deutschland*, 173-198, Springer, Wiesbaden.
- MENSKES, D. (2016): Verhältnis zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft aus Sicht deutscher Landwirte. Bachelorarbeit. Fachbereich Agrarwirtschaft, Soest.
- MERGENTHALER, M. (2019): Bewertung der Öffentlichkeitsarbeit von Verbänden durch Landwirtinnen und Landwirte und Eignung ihrer Instrumente für einzelne Betriebe oder die Branche. *Notizen aus der Forschung 02/2019*. Fachbereich Agrarwirtschaft, Soest
- WELLNER, M., GERS-UPHAUS, A., & THEUVSEN, L. (2017). Determinanten der Entscheidung für landwirtschaftliche Öffentlichkeitsarbeit - Eine Analyse auf Grundlage der Theory of Planned Behavior. 57. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus (Gewisola), Weihenstephan 13.-15. Sept. 2017.
- WILDRAUT, C., MENSKES, D., MERGENTHALER, M. (2017): Verhältnis zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft aus Sicht der Landwirtschaft: Status, Ursachen und Strategien zur Verbesserung. *Notizen aus der Forschung 66/2017*. Fachbereich Agrarwirtschaft, Soest.