

Trendthema im September 2022: „Die gesellschaftliche Einstellung gegenüber der (digitalen) Milchviehwirtschaft“

Ein Beitrag von Greta Langer

Die moderne Nutztierhaltung steht seit vielen Jahren in der Kritik. Nicht nur die Medien, auch NGOs, Tierschutzorganisationen und Politiker greifen das Thema in regelmäßigen Abständen auf. Debattiert wird häufig emotional und wenig faktenorientiert. Im Fokus zahlreicher Diskussionen steht vor allem die Geflügel- und Schweinehaltung, zunehmend aber auch die Milchproduktion, die teilweise als verbesserungswürdig eingestuft wird. Vor diesem Hintergrund spielt das Thema der digitalen Transformation der Landwirtschaft eine wichtige Rolle, besonders auch mit Blick auf eine Verbesserung des Tierwohls. Mitunter wird die Digitalisierung als ein „Allheilmittel“ angesehen, mit der eine effizientere, umwelt- und tiergerechtere Milcherzeugung möglich wird (Grandl et al., 2018). Zielkonflikte zwischen Wirtschaftlichkeit einerseits sowie Tier-, Umwelt- und Klimaschutz andererseits könnten gelöst werden (Dorner, 2018). In der Milchwirtschaft nimmt die Digitalisierung mittlerweile einen hohen Stellenwert ein. Unklar ist jedoch, wie die Gesellschaft diese digitale Entwicklung in der Tierhaltung wahrnimmt und ob die Nutzung von digitalen Technologien möglicherweise auf gesellschaftliche Kritik stößt.

Aus diesem Grund wurde eine standardisierte Online-Befragung durchgeführt. Ziel war es zum einen herauszufinden, wie die grundsätzliche Einstellung der Gesellschaft gegenüber der Milchwirtschaft ist, zum anderen wie die gesellschaftliche Wahrnehmung gegenüber zwei konkreten digitalen Tools, dem Melk- und Futterroboter, zu bewerten ist. Die beiden Roboter sind Technologien, die in der landwirtschaftlichen Praxis bereits etabliert sind und somit ein realistisches Bild der „digitalen Transformation“ in der Milcherzeugung darstellen.

Material und Methoden

Im Sommer 2021 sind mit Hilfe einer standardisierten Online-Befragung 1.105 Bürger in Deutschland zu ihren Einstellungen gegenüber der Milchwirtschaft und der voranschreitenden Digitalisierung in der Milchwirtschaft befragt worden. Die Umfrage verwendete einen Mix-Method-Ansatz. Es wurde sowohl mit vorgegebenen Statements als auch mit einem bildbasierten Ansatz nach den Einstellungen gefragt. Die vorangestellten Statements wurden auf einer Likertskala von „1 = Stimme voll und ganz zu“ bis „5 = Stimme überhaupt nicht“ zu abgefragt. Die Daten sind mit dem Statistikprogramm SPSS Statistics 27 ausgewertet worden. Bei dem bildbasierten Ansatz wurde den Teilnehmern ein Bild eines Melkroboter und das eines Futterroboter gezeigt. Daraufhin wurden sie gebeten ihre ersten drei Spontanassoziationen zu nennen. Diese Assoziationen wurden mit der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet. Insgesamt konnten zehn verschiedenen Kategorien gebildet werden, wobei dabei nur die Erstassoziation in die Analyse einbezogen wurde.

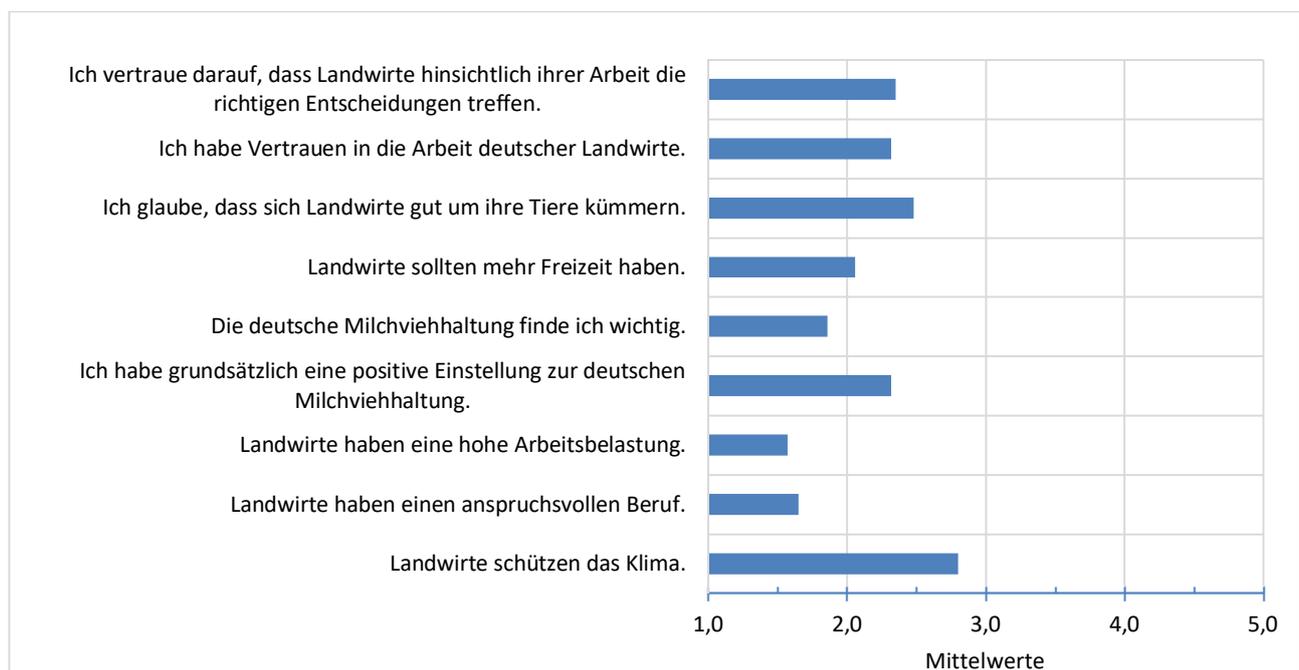
Stichprobe

Die Befragung entspricht bei der Verteilung des Geschlechts, der Altersklassen, der Herkunft nach urbanen und ruralen Lebensräumen und dem Bildungsgrad dem des deutschen Bundesdurchschnitts und kann somit als repräsentativ eingestuft werden. Das Wissen über Praktiken in der Milchviehhaltung und digitale Technologien in der modernen Milchviehhaltung wird von der Mehrheit der Befragten als gering angegeben. Allerdings stufen 8,9 % der Probanden ihren Wissensstand im Bereich digitale Technologien in der Milchviehhaltung hoch ein und sogar 20,1 % geben an, gängige landwirtschaftliche Praktiken in der Milchviehhaltung zu kennen. Bei der Frage nach Arbeitserfahrungen in der Landwirtschaft oder im landwirtschaftlichen Sektor geben 9,3 % an über Erfahrungen zu verfügen. Insgesamt knapp 25 % haben Freunde, Bekannte und/oder Familienangehörige, die in der Landwirtschaft tätig sind. Damit weist die Stichprobe einen recht hohen Bezug zur Landwirtschaft auf. Die Mehrheit der Befragten besitzt aber ein nur begrenztes Wissen über digitale Technologien und gängige Praktiken in der Milchviehhaltung.

Ausgewählte Ergebnisse

Abbildung eins verdeutlicht die gesellschaftliche Einstellung gegenüber der Milchwirtschaft. Es fällt auf, dass die Befragten eindeutig zustimmen, dass Landwirte eine hohe Arbeitsbelastung haben ($\mu= 1,57$; $\sigma= 0,794$) und einen anspruchsvollen Beruf ausüben ($\mu= 1,65$; $\sigma= 0,834$).

Abb. 1: Einstellung gegenüber Milchviehwirtschaft und Vertrauen in Landwirte



Skala von 1= Stimme voll und ganz zu bis 5= Stimme überhaupt nicht zu.

Quelle: Eigene Darstellung.

Zudem finden die Teilnehmer die deutsche Milchviehhaltung wichtig ($\mu= 1,86$; $\sigma=0,948$) und stimmen der Aussage zu, dass Landwirte mehr Freizeit haben sollten ($\mu= 2,06$; $\sigma= 0,896$). Das Vertrauen in die Landwirte und ihre Arbeit ist gegeben, wie die Mittelwerte der ersten beiden Items der Abbildung verdeutlichen. Grundsätzlich zeigt sich eher eine positive Einstellung gegenüber der Milchwirtschaft ($\mu=2,32$; $\sigma= 1,072$), auch wenn

die erhöhte Standardabweichung auf eine Indifferenz innerhalb der Stichprobe hindeutet. Lediglich die Mittelwerte der beiden Items „Ich glaube, dass Landwirte sich gut um ihre Tiere kümmern“ ($\mu = 2,48$; $\sigma = 0,857$) und „Landwirt schützen das Klima“ ($\mu = 2,80$; $\sigma = 0,994$) zeigen eine leichte Tendenz zur Indifferenz bzw. eine weniger deutliche Zustimmung im Vergleich mit den anderen Items. Die Sorge um das Tierwohl und das Klima scheinen demnach die beiden Faktoren zu sein, die potenziell auf gesellschaftliche Kritik stoßen könnten, da die Milchviehwirtschaft ansonsten durchaus positiv wahrgenommen wird.

Ein differenzierteres Bild ergeben die Erstassoziationen in Bezug auf die Abbildungen der beiden digitalen Roboter. Insgesamt konnten zehn Kategorien gebildet werden, wovon vier als positiv konnotiert (Begeisterung, Einverständnis/In Ordnung, Innovativ/Fortschritt/Arbeitserleichterung und Tier ist zufrieden), drei als negativ (Unnatürlich/Unpersönlich, Wut/Ablehnung/Schock, Tierquälerei) und weitere drei als neutral (Technisch/Maschinell, Kühl/Steril, Sonstiges) einzuschätzen sind.

Für den Melkroboter überwiegen Nennungen (19 %), die der negativen Kategorie „Unnatürlich/Unpersönlich“ zuzuordnen sind. Viele der Befragten nannten die Besorgnis, dass sich der Kontakt zwischen Mensch und Tier durch die Nutzung des Melkroboters reduziert und es zu einer Entfremdung von Landwirten und ihren Milchkühen kommt. Zudem wird der Robotereinsatz von 19 % als unnatürliche Produktionsweise assoziiert. Am zweithäufigsten werden Begriffe genannt, die der neutral konnotierten Kategorie „Technisch/Maschinell“ zuzuordnen sind (17 %). Hierunter fallen Äußerungen wie „Automatik“, „Digital“ „große Maschinen“ und „Technik“. 16 % der Assoziationen sind der negativen Kategorie „Wut/Ablehnung/Schock“ zuzuordnen und 15 % der Kategorie „Tierquälerei“. Insgesamt sind somit 55 % der Erstassoziationen beim Melkroboter negativ.

Die positiv konnotierte Kategorie „Innovativ/Fortschritt/Arbeitserleichterung“ ist mit insgesamt 10 % der Erstassoziation nur gering besetzt. Und auch „Begeisterung“ hinsichtlich eines Robotereinsatzes wird nur von 27 der Befragten bzw. 3 % geäußert. Insgesamt sind die vier positiven Kategorien mit nur 15 % deutlich geringer besetzt als die negativ konnotierten Kategorien.

Abb. 1: Assoziationen der Gesellschaft am Beispiel des Melk- und Futterroboters

Kategorien	Melkroboter	Futterroboter
Begeisterung	27 (3%)	39 (4%)
Einverständnis/In Ordnung	9 (1%)	134 (13%)
Technisch/Maschinell	177 (17%)	111 (11%)
Unnatürlich/Unpersönlich	202 (19%)	100 (10%)
Innovativ/Fortschritt/Arbeitserleichterung	103 (10%)	270 (26%)
Wut/Ablehnung/Schock	162 (16%)	84 (8%)
Kühl/steril	56 (5%)	12 (1%)
Tierquälerei	157 (15%)	79 (8%)

Tier ist zufrieden	13 (1%)	22 (2%)
Sonstiges	135 (13%)	171 (17%)

n=1041 bei Melkroboter keine Angaben=64; n=1022 bei Futterroboter keine Angaben= 83.

Quelle: Eigene Darstellung.

Eine etwas andere Verteilung ergibt sich bei der Wahrnehmung des Futterroboters. Hier konnten insgesamt 45 % der Erstassoziation den drei positiven Kategorien zugeordnet werden. Die Befragten assoziierten, dass der Arbeitsalltag der Landwirte durch den Futterroboter erleichtert wird und Fortschritte in der Milchproduktion erreicht werden. Negative Assoziationen werden entsprechend seltener genannt; nur jeweils 8 % assoziieren Wut/Ablehnung/Schock oder Tierquälerei mit dem Futterroboter und nur etwa 10 % der Befragten verbinden eine unnatürliche oder unpersönliche Produktionsweise mit ihm. Auffällig ist, dass bei beiden Robotern die Kategorie „Tier ist zufrieden“ nur gering besetzt ist - mit einem Prozent beim Melk- und 2 % beim Futterroboter. Dennoch ist zu erkennen, obwohl ein direkter Vergleich der beiden Assoziationen aufgrund der leicht abweichenden Gesamtnennung nicht gänzlich möglich ist, dass eine eindeutig negativere emotionale Bewertung des Melkroboters vorliegt. Der Futterroboter wird also mit mehr positiven Begriffen assoziiert.

Erste Schlussfolgerungen aus der Studie

Mehrheitlich zeigt sich ein gesellschaftlich positives Bild gegenüber der Milchviehwirtschaft in Deutschland und ein vertrauensvolles gegenüber der Arbeit der Milchviehhalter. Die Studie spiegelt aber auch gesellschaftliche Bedenken in Bezug auf das Tierwohl und den Einsatz von Melkrobotern wider. Es ist aus anderen Studien bekannt, dass gesellschaftliche Besorgnis vor allem dann vorliegt, wenn es sich um den Umgang mit Tieren handelt (Kendall et al., 2006; Weary and Keyserlingk, 2017) und Nichtfachleute der Landwirtschaft den Fokus weniger auf die Effizienz als auf ihre individuellen Moralvorstellungen legen (Enste et al., 2009).

Die Ergebnisse dieser Studie deuten darauf hin, dass eine Kluft zwischen gesellschaftlicher Erwartungshaltung und digitalen Praktiken in der Milchwirtschaft besteht, die sich zukünftig mit dem Einsatz weiterer digitaler Technologien vermutlich vergrößern wird. Um dieser Entwicklung etwas entgegenzusetzen, gilt es, die Gesellschaft zukünftig in den digitalen Transformationsprozess einzubeziehen. Es besteht Handlungsbedarf bei der Vermittlung eines angemessenen Bildes der zunehmend automatisierten Landwirtschaft. Die Bewertung des Einsatzes digitaler Technologien in der Landwirtschaft wird gesellschaftlich eher ethisch vorgenommen und weniger nach technischen Kriterien. Auch Produktionskostenperspektiven spielen eine untergeordnete Rolle, wie auch die vorliegenden Ergebnisse der Bildassoziationen vermuten lassen (Sonntag et al., 2017; Millar et al., 2002). Informationen über den Einsatz derartiger Technologien sollten daher grundlegende Werte ansprechen und auch emotionale Komponenten beinhalten (Pfeiffer et al., 2020).

Quellen

Dorfner, G. (2018). Ökonomische Herausforderungen für die bayrischen Milchviehhalter. In Milchviehhaltung – Lösungen für die Zukunft. Landtechnisch-bauliche Jahrestagung 2018. Tagungsband: 9-20.

Enste, D.H., Haferkamp, A., Fetchenhauer, D. (2009). Unterschiede im Denken zwischen Ökonomen und Laien. Erklärungsansätze zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Beratung. Perspektiven der Wirtschaftspolitik 10(1): 60-78.

Grandl, F., Kammer, M., Duda, J. (2018). Digitalisierung im Milchviehbetrieb aus der Sicht des LKV – Angebot und Perspektiven. In: Milchviehhaltung – Lösungen für die Zukunft. Landtechnisch-bauliche Jahrestagung 2018. Tagungsband: 119-125.

Kendall, H.A., Lobao, L.M., Sharp, J.S. (2006). Public concern with animal well-being: Place, social structural location, and individual experience. Rural Sociology 71(3): 399–428.

Pfeiffer, J., Gabriel, A., Gandorfer, M. (2020). Understanding the public attitudinal acceptance of digital farming technologies: a nationwide survey in Germany. Agriculture and Humans Values 38(1): 107-128.

Weary, D.M., von Keyserlingk M.A.G. (2017). Public concerns about dairy-cow welfare: How should the industry respond? In: Animal Production Science 57(7): 1201–1209.

Autor /Ansprechpartner:

Greta Langer, M.Sc. greta.langer@uni-goettingen.de

Arbeitsbereich Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte

Georg-August-Universität Göttingen

Platz der Göttinger Sieben 5

37073 Göttingen

Dieser Artikel wurde durch die Landwirtschaftliche Rentenbank finanziell gefördert.