



Berichte über Landwirtschaft

Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft

BAND 98 | Ausgabe 1

Agrarwissenschaft
Forschung

Praxis

Landwirtschaftliche Tierhaltung in den Medien – Eine qualitative Analyse von Experteninterviews mit Journalisten regionaler und überregionaler Allgemein- und Fachmedien

von Christina Kothe, Jenny Wolfram und Marcus Mergenthaler

1 Einleitung

Printmedien gelten als eine wichtige Informationsquelle zum Thema Landwirtschaft (Vgl. Christoph-Schulz, et al (2019)). Als Informationsgeber, Meinungsgeber und Kontrollorgan nehmen sie zentrale Funktionen für die Gesellschaft ein und können als „Agenten eines kritischen Publikums oder einer kritischen Öffentlichkeit“ gesehen werden. “(Vgl. Jarren/Wessler (2002) S. 109). Themen rund um Landwirtschaft, Tierhaltung und im engeren Sinne Tierwohl werden eine unterschiedliche Beachtung durch Journalisten¹ zuteil (Wolfram et al. 2019).

Das zentrale Forschungsfeld „Landwirtschaft“ als übergeordnetes Aktions- und Diskursfeld zum Thema Tierwohl wird durch ein Kommunikationsdilemma bestimmt. Den Ausgangspunkt des Dilemmas sieht die gesellschaftliche Kritik vorrangig im marktwirtschaftlichen System und den damit verbundenen finanziellen Interessen von Akteuren landwirtschaftlicher Unternehmen. Zudem werden politischen Fehlhandlungen eine wichtige Rolle zugeschrieben. Für die Landwirtschaft steht die negative mediale Berichterstattung über landwirtschaftliche Themen im Kern der Kritik (vgl.: Isermeyer (2016) S. 2). Da sich die Gesellschaft in einem kontinuierlichen Wertewandel befindet, ist die Diskussion um die landwirtschaftliche Tierhaltung ein zunehmend starkes Anliegen. Der Diskurs ist dabei geprägt von Misstrauen, unterschiedlichen Perspektiven und Interessen. Die Debatte um das Thema Tierwohl ist emotional-ethisch aufgeladen (CHRISTOPH-SCHULZ et al., (2019)).

Eine neuere Untersuchung hat im Rahmen einer Medien-Inhaltsanalyse Medienberichte in Allgemein- und Fachmedien zum Thema „Landwirtschaftliche Tierhaltung in Deutschland“ über einen Zeitraum von fünf Jahren hinweg betrachtet (Wolfram et al. 2019). Dabei wurden neun Medien-Frames identifiziert (Vgl. Abb.1), die als „(...) vereinfachte Deutungsmuster welche zur Sinngebung und Bewertung von unterschiedlichen Themen herangezogen werden. (Dahinden (2006) S. 14).

¹ Aus Gründen der Lesbarkeit werden Akteure im vorliegenden Text in männlicher Form benannt, nichtsdestoweniger beziehen sich die Angaben auf Angehörige aller Geschlechter.

Journalisten verfassen Beiträge über landwirtschaftliche Themen und es wird davon ausgegangen, dass sie dabei Frames verwenden. Es stellt sich die Frage inwiefern die bei Wolfram et al. (2019) identifizierten Medien-Frames bei Journalisten, die über landwirtschaftliche Tierhaltung und Tierwohl berichten, zu finden sind und was die Bildung dieser Frames bei Journalisten auslöst und beeinflusst.

Frame	Kurzbeschreibung
1 Innovative Lebensmittelwirtschaft	Themenfokus Wirtschaft (Vermarktung, Fleischproduktion, Produktinnovationen, Nutzen für die Wirtschaft mit Nutzenverursacher Wirtschaft, Tenor positiv
2 Schaden für die Landwirtschaft	Wirtschaftlicher Schaden für die Landwirtschaft, Problemverursacher Akteure der Lebensmittelwirtschaft, Forderung nach höheren Preisen, Tenor neutral
3 Image der Tierhaltung	Schaden oder Nutzen für die Landwirtschaft, Forderung nach besserer Kommunikation mit Lösungskompetenz Landwirtschaft, polarisierend
4 Verantwortung der Verbraucher	Verschiedene Problemdimensionen, Problemverursacher sowohl Landwirtschaft als auch Gesellschaft, Forderung nach verändertem Verbraucherverhalten oder höheren Preisen mit Lösungskompetenz Gesellschaft, Tenor negativ
5 Politische Debatte	Verschiedene Problemdimensionen mit Problemursache Politik, wenn ein Nutzen thematisiert wird, dann Nutzenverursacher Politik, wenn etwas gefordert wird, dann liegt die Kompetenz bei der Politik, Tenor neutral
6 Tierschutz	Themenfokus Tierhaltung, Schaden für Tiere mit Hauptursache Landwirtschaft, aber auch Nutzen für Tiere mit Ursache Landwirtschaft und Politik, Forderung Tierschutz, Tenor eher negativ
7 Tierhaltung als Problemursache	Schaden für Gesellschaft und Umwelt mit Problemursache Landwirtschaft, Forderung nach strengeren Gesetzen mit Lösungskompetenz Politik, Tenor negativ
8 Gute Praxis der Tierhaltung	Themenfokus Tierhaltung: Nutzen für Landwirtschaft und Tiere mit Nutzenursache Landwirtschaft, Tenor positiv
9 Gesellschaft und Tierhaltung	Schaden für die Gesellschaft mit Problemursache Landwirtschaft oder Lebensmittelwirtschaft, keine Forderungen, Tenor polarisierend

Abbildung 1: Medien-Frames der landwirtschaftliche Tierhaltung (eigene Darstellung nach Wolfram (2019))

Journalisten treten für das Medienpublikum selten als individuelle Personen in Erscheinung. In ihren Redaktionen nehmen einzelne Journalisten jedoch durch ihre teilweise langjährige Expertise in speziellen Themenfeldern nicht selten die Rolle eines Entscheiders über Themen und des Meinungsführers ein. Journalisten als zentrale Personen stehen daher im Interesse der vorliegenden Untersuchung (Vgl. Szyska, P./Schmitz, H. (2006). Sowohl allgemeine Medien als auch Fachmedien arbeiten nach einem gemeinsamen journalistischen Muttersystem, mitsamt der zugehörigen Arbeitsweise und Kodizes (Derenbach (2010) S. 209). So nutzen etwa beide Journalistengruppen vergleichbare Recherchemethoden, organisieren sich in Redaktionen und arbeiten nach denselben Prinzipien der Textgestaltung. Vor diesem Hintergrund stellt sich eine Frage, wie sie sich nach ihrer Zugehörigkeit zu einerseits dem Allgemeinen Journalismus und andererseits dem Fachjournalismus unterscheiden. Es soll erforscht werden, wie beide journalistischen Bereiche in ihrer Funktion, ihren Zielen und ihrem jeweiligen Fokus auf die Themen Landwirtschaft und Tierhaltung voneinander abweichen.

Was motiviert Journalisten zur Berichterstattung und welche wichtigen Zusammenhänge möchten sie vermitteln? Welchen Stellenwert nimmt das Thema Tierwohl² bei den Journalisten ein - und welche Unterschiede existieren zwischen verschiedenen Medien? Was prägt die individuelle Wirklichkeit der Journalisten? Die vorliegende Untersuchung basiert auf qualitativen Experteninterviews mit Allgemein- und Fachjournalisten von Print- und Online-Medien und möchte Antworten auf diese Fragen finden.

2 Aktueller Stand der Forschung

2.1 Framing

Framing als Theorie der Massenkommunikation setzt zentrales Augenmerk darauf, wie Medien die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf spezielle Themen lenken. Die Theorie fokussiert sich darauf, inwiefern die Art und Weise in der ein Thema in den Medien präsentiert wird, in einen Deutungszusammenhang gesetzt wird. Der Framing-Ansatz ist ein aktuell kontrovers diskutierter Ansatz, weil Framing sowohl von Seiten der Werbung, den Public Relations und dem Journalismus bewusst oder unbewusst genutzt wird und seine vermeintlich manipulativen Auswirkungen eine breite Öffentlichkeit betreffen. Sowohl von Kritikern als auch proaktiv von Medienunternehmen werden Effekte von Framing diskutiert und Journalisten angewiesen, auf neutrale Formulierungen zu achten.

² Der Begriff Tierwohl ist komplex und wird von beteiligten Akteuren unterschiedlich verstanden und verwendet. Da verschiedene Definitionsansätze existieren, soll für den vorliegenden Zusammenhang der Begriff Tierwohl im Sinne der Aspekte „Gesundheit“, „Wohlbefinden“ und „natürliches Verhalten“ verwendet werden (VGL.CHRISTOPH-SCHULZ ET.AL S.47). Tierwohl kennzeichnet in dieser Arbeit den Zustand, in dem es den Tieren vermeintlich ‚gut geht‘.

Framing ist scheinbar in aller Munde, wird in der Kommunikationsforschung bisher jedoch nur in Fragmenten betrachtet. So existieren verschiedene Untersuchungen zu diversen Fragestellungen und Effekten des Framings, die für eine ganzheitliche Betrachtung jedoch nicht ausreichen. Gitlin (1980) erläutert den Begriff im konkreten Verwendungszusammenhang mit Medien:

„Media frames are persistent patterns of cognition, interpretation and presentation, of selection, emphasis and explosion, by which symbol-handlers routinely organize discourse, whether verbal or visual.“

Somit liefern Frames einerseits pragmatisch einen Deutungsrahmen für gelieferte Informationen, andererseits wirken sie in bestimmter Art und Weise auf Rezipienten ein. In der Forschung werden textuelle und kognitive Frames unterschieden. Textuelle Frames bezeichnen die Aussagenstruktur die einem „diskursiven Angebot zu einem kontroversen Thema zugrunde liegt“ (Potthoff, Matthias (2011) S. 64). Eine bestimmte Auswahl von Aspekten eines Themas wird vorgegeben (Selektion), die stilistische und sprachliche Bearbeitung (Salienz), die Logik sowie die sachlich und argumentative Widerspruchsfreiheit der Aspekte (Kohärenz). Kognitive Frames hingegen würden durch kognitive Strukturen sowie Interpretations- und Deutungsmuster zur Informationsverarbeitung entstehen (Vgl. Potthoff, Matthias (2011). Kognitive Frames und ihre Entstehung sind Gegenstand der psychologischen Forschung und können an dieser Stelle nur am Rande betrachtet werden.

Die empirische Medienanalyse von Wolfram et. al., (2019) hat ergeben, dass knapp die Hälfte der analysierten Artikel zum Thema Tierhaltung mit negativem Tenor versehen ist (51,2 %). Die Autoren folgern, dass die Einteilung in die Kategorien ‚positiv‘ oder ‚negativ‘ jedoch nicht ausreichend ist, um den medialen Diskurs zu greifen. Eine tiefergehende Analyse muss weitergehende framedefinierende Elemente wie etwa Problemdefinition, Ursachen/Aktuere, Bewertungen und Handlungsempfehlungen (vgl. Dahinden, 2006) berücksichtigen. Entsprechend führte die Analyse verschiedener Frameelemente über eine Clusteranalyse im Ergebnis zu neun Medienframes, die in der Berichterstattung über Tierwohl in den ausgewählten Medien zum Tragen kommen.

Abbildung 2 veranschaulicht häufig genutzte Frames in der Berichterstattung über landwirtschaftliche Tierhaltung, unterschieden nach Allgemein- und Fachmedien (Vgl. dazu Wolfram et. al. 2019).

Allgemeine Medien	Landwirtschaftliche Fachmedien
Gesellschaft und Tierhaltung	Innovative Lebensmittelwirtschaft
Tierschutz	Gute Praxis
Politische Debatte	Schaden für die Landwirtschaft

Abbildung 2: Häufig genutzte Medien-Frames in Allgemein- und Fachmedien

2.2 Die Teilprozess-Theorie zur Entstehung von Medien-Frames

Neben den zentralen Fragen, wie Medien-Frames wirken und welche Struktur sie aufweisen, ist für die vorliegende Untersuchung relevant, welche Einflüsse sich auf die Entstehung von Medien-Frames auswirken. Potthoff (2011) hat diesbezüglich die ‚Teilprozess-Theorie zur Entstehung von Medien-Frames‘ begründet und im Zuge dessen Hypothesen abgeleitet, die die Einflussfaktoren für den Forschungszweck komprimiert darstellen.

Innerhalb redaktioneller Diskurse bilden sich kognitive Schemata aus, welche die journalistische Nachrichtenproduktion beeinflussen. Dabei strukturieren Journalisten ihre Artikel dadurch, indem sie frame- oder schema-konsistente Objekte thematisieren (Scheufele 2003: 108). Dazu stellt Potthoff (2011) folgende Hypothese auf:

„Wenn ein Journalist einen kognitiven Frame, d. h. ein Bündel von Schemata zu verschiedenen Aspekten eines Themas besitzt, dann konstruiert er durch die Bevorzugung schema-konformer und die Vernachlässigung schema-diskrepanter Themenaspekte einen Medien-Frame in Analogie zu seinem kognitiven Frame.“

Kulturell bedingte Einflüsse auf die Entstehung von Medien-Frames werden als problematisch betrachtet aufgrund einer mehrdeutigen Verwendung des Kultur-Begriffs (vgl. ebd S. 161). Frames gelten als direkter Bestandteil von Kultur: „Culture in its broadest sense is permeable with frames“ (Hertog/McLeod (2001) S 142. Der Kultur-Begriff wird in Zusammenhang mit Frames eng mit dem Ideologie-Begriff in Verbindung gesetzt. Ideologie und Kultur werden gleichermaßen aus den Werten, Annahmen und Frames von Gesellschaften und Gruppierungen konstruiert. Ideologien werden jedoch an Macht und sozialpolitische Ordnungen geknüpft.

„Wenn die Werte, Normen und Grundannahmen, die in einer Kultur vorherrschend sind, für die Erschaffung eines Frames zu einem bestimmten Thema von Belang sind, dann wird der Journalist die Aussagen innerhalb seines Frames so gestalten, dass sie im Einklang mit diesen Werten, Normen, Grundannahmen usw. stehen.“

Es ist anzunehmen, dass persönliche Werte von Journalisten die Auswahl bestimmter Frames beeinflussen. Diesbezüglich wird davon ausgegangen, dass Journalisten Informationen bevorzugt verwenden, die ihre eigene Position stärken und andere Informationen vernachlässigen (vgl. Hagen (1992) S. 455ff. Kepplinger et al. (1989) S. 207ff., Breed (1973) S. 357 zitiert nach Potthoff (2011)). Er stellt dazu die These auf:

„Wenn ein Thema, über das ein Journalist berichten soll seine persönlichen Werte berührt, dann wird er das Thema in einem Frame darstellen, der mit diesen persönlichen Werten im Einklang steht.“

Ebenso erachtet POTTHOFF die Einflüsse von politischen Idealen als relevant:

„Wenn in einer Themendebatte ein Frame existiert, welcher mit der politischen Orientierung korrespondiert, der ein Journalist anhängt, dann wird er diesen Frame für sein Medienangebot wählen.“

Die Bezugnahme von Journalisten auf andere Journalisten wird als Co-Orientierung verstanden. Co-Orientierung ist wichtig, wenn Frames gesetzt werden. Sie meint die Berücksichtigung möglicher Reaktionen aus dem Kollegenkreis bereits während des Erstellens journalistischer Arbeiten. Co-Orientierung bewirkt, dass Journalisten sich nicht durch ihre Sichtweise von den Kollegen isolieren. Hier ist ein direkter Zusammenhang mit sozialem Milieu zu erkennen. Zur Ko-Orientierung ist die folgende Annahme zentral:

„Wenn ein Journalist davon ausgeht, dass die Verwendung eines bestimmten Frames von seinen Kollegen erwartet wird, dann wird er diesen Frame verwenden.“ (vgl. ebd. S. 176)

Die redaktionellen Strukturen sehen die Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Thema innerhalb der Redaktionskonferenz vor. Vorgesetzte von Journalisten, vorrangig Redaktionsleiter bzw. Chefredakteure, sind hier maßgeblich involviert. Ebenso können Einflüsse aus bestimmten Managementbereichen der Medienorganisation zum Tragen kommen, denen sich der Journalist eventuell beugen muss:

„Wenn ein Mitglied einer höheren Hierarchieebene einer Medienorganisation einem Journalisten auf einer niedrigeren Hierarchieebene die Verwendung eines bestimmten Frames anweist, dann wird der Journalist diesen Frame in seinem Medienangebot verwenden.“

Das jeweilige journalistische Selbstverständnis des Journalisten wird in der Literatur ebenfalls als Einflussvariable auf die Auswahl bzw. die Entstehung bestimmter Frames gesehen. In einer Studie von Weischenberg, Malik und Scholl (2006) wird das Selbstverständnis von Journalisten untersucht. Demnach existieren verschiedene Selbstverständnis-Arten im Journalismus. Das häufigste Ziel der Journalisten ist es: „das Publikum möglichst neutral und präzise informieren“ (88,6%), gefolgt von „Realität genauso abbilden, wie sie ist“ (73,8%), gefolgt von „Kritik an Missständen üben“ (57,6%). (Vgl. ebd. S. 178).

Für den Einfluss des Selbstverständnisses ist folgende Hypothese abzuleiten:

„Wenn ein Journalist dem Ideal des objektiven, neutralen Berichterstatters folgt, dann finden sich in seinen Medienangeboten seltener Frames als bei Journalisten, die einem anderen Ideal folgen.“

Bei denjenigen, die stärker zur Meinungsbildung der Leser beitragen möchten, gilt hingegen:

„Wenn ein Journalist ein berufliches Selbstverständnis vertritt, demgemäß es zu seinen Aufgaben gehört zur Meinungsbildung beizutragen, dann finden sich in seinen Medienangeboten häufiger Frames als bei Journalisten mit einem anderen Selbstverständnis.“

Als letzte Einflussgröße auf die Entstehung von Medien-Frames werden Einflüsse von externen Akteuren und PR-Maßnahmen genannt. Diese werden zunehmend als Einflussgrößen von Medien-Frames gesehen und gelten als problematisch, da sie wirtschaftliche Interessen von externen Akteuren verfolgen (Vgl. Potthoff (2010) S. 185).

„Wenn ein Akteur einen Frame zu einem Thema entwickelt und diesen einem Journalisten zugänglich macht, übernimmt der Letztere mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit Teile dieses Frames oder den gesamten Frame in sein Medienangebot.“

Die Hypothesen wurden im Zusammenhang mit einer Analyse zur Darstellung von Vertrauen und Misstrauen vor dem Hintergrund der Digitalisierung (Engelke 2019) verifiziert. Der Einfluss der Lebenswelt der Journalisten auf Framing ist innerhalb der Framing-Forschung bisher nicht in der Literatur berücksichtigt worden. Zwar hat Potthoff den Einfluss von Kultur und Ideologie deutlich gemacht, nicht aber die Lebenswelt als Einflussgröße definiert.

2.3 Soziale Lebenswelten von Journalisten

Die Lebenswelt als solche wird zwar in der Literatur als „Blase“ beschrieben, die Journalisten scheinbar umgibt, jedoch nicht konkret mit Framing bzw. der Entstehung von Framing in Verbindung gebracht. Vereinfachend in der Betrachtung der Lebenswelten von Journalisten ist die Einteilung in urbane und rurale Lebenswelten. Es soll im Folgenden aufgezeigt werden, ob die individuelle Lebenswelt als solche die Journalisten in ihrem Tun beeinflusst und ob dieser Umstand mit Framing-Effekten in Verbindung gebracht werden kann, bzw. ob dies durch die Interviewergebnisse der Experteninterviews widerspiegelt werden kann.

Journalisten bewegen sich wie alle Mitglieder moderner Gesellschaften in bestimmten Lebensumfeldern und somit in speziellen sozialen Milieus. Hradil (1992) sieht die Grundidee des Milieu-Begriffs als *„verschiedene Umweltkomponenten, die auf eine konkrete Gruppe von Menschen einwirkt und deren Denken und Handeln prägt“*. Die Erforschung von Lebenswelten und Milieus ermöglicht die Abbildung eines wirklichkeitsgetreuen Bildes der real existierenden Gesellschaft, unter Berücksichtigung der *„Befindlichkeiten und Orientierung der Menschen, ihren Werten, Lebenszielen, Lebensstilen und Einstellungen sowie ihrer soziale Lage vor dem Hintergrund des soziokulturellen Wandels.“* (SINUS-Institut: Informationen zu den Sinus Milieus (2018)).

Es bietet sich diesbezüglich die Betrachtung des beruflich geprägten Milieus an, um die gegenseitige Beeinflussung der Journalisten durch die Kollegen und die individuelle Lebenswelt abzuleiten:

„Kleinere Milieus, zum Beispiel Organisations-, Stadtviertel- oder Berufsmilieus (wie das Journalistenmilieu) weisen häufig einen inneren Zusammenhang auf, der sich einem gewissen „Wir-Gefühl“ und in verstärkten Binnenkontakt äußert“ (DERENBACH, B. (2012) S. 78).

Nach KEPPLINGER (2005) weisen Journalisten überdies häufig dieselben soziodemografischen Merkmale auf. So kommen 85 Prozent der Journalisten aus dem bürgerlichen Milieu, 9 Prozent entstammen aus einem Arbeiterhaushalt. Für nahezu 96 Prozent spielt die Co-Orientierung unter Kollegen eine wichtige Rolle (VGL. WEISCHENBERG/MALIK/SCHOLL 2005). Grundlegende Erkenntnis der Studie ist eine mangelnde Diversität in der personellen Zusammensetzung von Redaktionen.

Die Lebenswelt von Journalisten scheint zunehmend weniger divers zu sein. WEISCHENBERG (2017) attestiert mit der Studie „Journalismus in Deutschland“ Journalisten beispielsweise eine geringe soziale Durchlässigkeit. So gehören laut der Erhebung 67 Prozent aller Journalistenväter und 61 Prozent der Mütter der Mittelschicht (Angestellte und Beamte) an. Nur noch 8 Prozent der Väter und 3 Prozent der Mütter sind den Unterschichten zuzuordnen. Die Journalisten wurden auch nach Ihren drei besten Freunden befragt; größtenteils gehören enge Bezugspersonen von Journalisten derselben Berufsgruppe an und haben an den selben Universitäten studiert. In ihren Artikeln nähmen Journalisten darüber hinaus auch immer öfter Bezug auf bereits bestehende Artikel aus dem Kollegenkreis (Co-orientierung) was in Kombination insgesamt zu einer verzerrten Wahrnehmung von Wirklichkeit führen kann und sich prägend auf Identität und Selbstwahrnehmung der Journalisten auswirke.

Die Journalismus-Forschung stellt diesbezüglich die Frage, inwieweit die Lebenswelt von Journalisten noch mit der Lebenswelt des Publikums übereinstimmt und merkt an, dass eine starke Entfernung bzw. Entfremdung existiert, aus der eine gewisse Voreingenommenheit in der Berichterstattung resultiert. Der Vorwurf lautet, dass (Allgemein-) Journalisten vorrangig durch Einflüsse der urbanen Lebenswelt geprägt sind und aus denselben sozialen Schichten und vorwiegend einemm bürgerlichen Milieu entstammen. Folge davon sei eine einseitige und begrenzte Sichtweise und die Konstruktion „eigenwilliger Wirklichkeiten“ (vgl. WEISCHENBERG, S. (2017)).

Der Philosoph und Soziologe Georg Simmel (2006) hat in seinem Aufsatz über „Die Großstadt und das Geistesleben“ eine grundlegende Unterscheidung zum Begriff der Urbanität als Gegenbild zur Ruralität ausgeführt: *„(...) - Mit jedem Gang über die Straße, mit dem Tempo und den Mannigfaltigkeit des wirtschaftliche, beruflichen, gesellschaftlichen Lebens, (...) einen tiefen Gegensatz gegen die Kleinstadt und das Landleben mit dem langsameren, gewohnteren gleichmäßiger fließenden Rhythmus ihres sinnlich-geistigen Lebensbildes“* (SIMMEL, (2006) 9f).

So sind städtische Lebenswelten durch Differenzierung, Spezialisierung, Komplexität und Fremdheit geprägt (VGL. EBD.). Städtische Sozialformen seien eher durch oberflächliche, unpersönliche und vorübergehende Sozialkontakte gekennzeichnet. Diese Merkmale nutzt das urbane Individuum, da sie Kosmopolitismus, Offenheit und soziale Mobilität fördern (VGL. WIRTH, (1938) S. 11).

Im Gegensatz dazu ist es lohnenswert, den Blick auf die ländliche Lebenswelt zu richten, die die Landwirtschaft als Arbeitswelt von landwirtschaftlichen Fachjournalisten aktiv und passiv umgibt. Zwar gibt es keine unmittelbare Studie, die über die Lebenswelt von Journalisten landwirtschaftlicher Medien Aufschluss gibt; das ländliche Milieu kann aber mithilfe des Ruralitäts-Begriff veranschaulicht werden. Ruralität kann als „das Fortbestehen oder Wiederaufstehen ländlicher Lebensweisen aufgrund struktureller Merkmale und in Bezugnahme zur Urbanität durch Bekanntheit, Kollektivierung und Sicherheit“ beschrieben werden (vgl. MITTERER 2013).

2.4 Allgemeiner Journalismus und Fachjournalismus

Im weitesten Sinne können zwei journalistische Ausrichtungen unterschieden werden: monothematisch ausgerichtete und multithematisch bzw. universell ausgerichtete Medien. Dieser groben Einteilung sind wiederum die beiden betrachteten journalistischen Felder zugeordnet: Der allgemeine Journalismus (enger gefasst Tages- und Wochenzeitungen) und der Fachjournalismus im engeren Sinne (auch Nutzwert-Journalismus genannt). Journalisten im Allgemeinen Journalismus verfügen idealerweise über eine umfangreiche Allgemeinbildung und die Fähigkeit, sich schnell neues Wissen zu verschiedenen Themen aneignen zu können. Als Laie sollen sie eine Vielzahl an allgemeinen Informationen aus verschiedenen Ressorts einem breiten Publikum zugänglich machen können und verfügen über Formal-Kompetenz. Das bedeutet, dass sie die journalistischen Arbeitstechniken kennen und wissen, wie man sich in neue Themengebiete einarbeitet. (Vgl. DFJV-DEUTSCHER FACHJOURNALISTEN-VERBAND (2019))

Der Fachjournalismus benötigt relevantes Fachwissen und unterscheidet sich dazu durch die Spezialisierung auf sein Berichterstattungsfeld. Eine umfangreiche Allgemeinbildung zur Einordnung in weiter gefasste Themenfelder ist weniger bedeutend. Fachjournalismus richtet sich an eine jeweils spezielle Zielgruppe, die sich aus Angehörigen bestimmter Berufsgruppen und Branchen zusammensetzt. Dieser journalistische Zweig erfordert hohe fachliche Kompetenz von Journalisten und ist auf ein Ressort, ein Thema oder einen Gegenstand spezialisiert (VGL. EBD.) Die Expertise der Fachjournalisten resultiert in der Regel auf einem fachlich einschlägigen Hochschulstudium oder praktischen Berufsausbildung, zusätzlich zur journalistischen Ausbildung.

Ein besonderes Augenmerk liegt darüber hinaus auf dem Einfluss des persönlichen Hintergrundes. Nutzwert-Journalismus ist Journalismus „auf Augenhöhe“ mit der Leserschaft. Dieser setzt eine hohe Identifikation und Spezialisierung von Journalisten mit ihrem Themenfeld voraus, um den Dialog mit den Rezipienten entsprechend gestalten zu können. Journalisten verstehen sich als Ratgeber und Wegweiser für Leser.

„Von den Rezipienten werden Fachjournalisten daher als Meinungsführer oder gar als Berater gesehen“ (SZYSKA, P./SCHMITZ, H. (2006) S. 172).

Die Medienprodukte des Fachjournalisten beinhalten Anleitungen, Appelle, Diagnosen, Problemlösungsvorschläge und Warn-Funktionen (VGL. EICKELKAMP, ANDREAS (2011) S. 208)

„Der Nutzwert-Journalismus ist geleitet von der Intention der Journalisten, Kommunikationsangebote an die antizipierten Rezipienten zu machen, die diese als unterstützend, anwendbar und/oder umsetzbar im individuellen praktischen Leben interpretieren.“ (EICKELKAMP S. 425)

3 Daten und Methode

Die Verwendung und Entstehung von Medien-Frames ist kennzeichnend für die mediale Berichterstattung. Der empirische Teil der Untersuchung soll zeigen, wie in der journalistischen Arbeit mit dem Thema Tierwohl im Kontext landwirtschaftlicher Tierhaltung umgegangen wird und welche Rolle Medien-Frames dabei spielen. In der Analyse wird hauptsächlich zwischen Journalisten aus Allgemein- und Fachmedien unterschieden.

3.1 Fallauswahl und Stichprobe

Die befragte Expertengruppe setzt sich aus insgesamt 19 journalistischen Vertretern zusammen. Sechs von ihnen sind als Journalisten für überregionale (Wochen-) Zeitungen und Magazine, sechs für regionale und lokale Tageszeitungen- und sieben für (landwirtschaftliche) Fachmedien mit wöchentlicher sowie monatlicher Erscheinungsweise tätig.

Die ausgewählten Interviewpartner sind als (Fach-)Journalisten in den entsprechenden thematischen Ressorts ihrer Redaktionen beschäftigt und arbeiten überwiegend in einem Angestelltenverhältnis oder als freie Mitarbeiter für die jeweiligen Verlage. Einige Journalisten der Expertengruppe fungieren als Themen-Entscheider und aufgrund ihrer Position innerhalb der Redaktion und ihrer Expertise als Meinungsführer. Die Journalisten des Allgemeinen Journalismus und des Fachjournalismus sind im Vergleich sehr heterogen hinsichtlich des persönlichen Hintergrunds und der eigenen Verbundenheit mit landwirtschaftlichen Themen. Alle Journalisten haben die Gemeinsamkeit, dass sie in unterschiedlicher Intensität und in unterschiedlichen Kontexten über landwirtschaftliche Themen, vor allem auch über die landwirtschaftliche Tierhaltung, berichten. Die Antworten der Experten sind im direkten Zusammenhang mit den jeweiligen Medien für die sie tätig sind zu betrachten. Die Stichprobe besteht überwiegend aus männlichen Interviewten. Insgesamt wurden drei weibliche und sechzehn männliche Journalisten befragt.

Die Auswahl der befragten Journalisten deckt in Deutschland etablierte, überregionale Medien, ausgewählte lokale Medien und wichtige landwirtschaftliche Fachmedien ab. Im Fokus der Untersuchung stehen allgemeine journalistische Medien wie überregionale, regionale und lokale Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Wochenmagazine. Für die Auswahl der lokalen und regionalen Tageszeitungen und ihrer Experten war eine hohe Schweinehaltungs- beziehungsweise

Milchviehhaltungsdichte in der jeweiligen Region entscheidend. Auf Seiten des Fachjournalismus wurden Fachmagazine (überregionale Monatsmagazine sowie überregionale und regionale Wochenzeitungen) in die Stichprobe mit einbezogen. Da den Interviewpartnern zugesichert wurde anonym zu bleiben und sie bei ihren jeweiligen Medien teilweise der einzige Journalist sind, der sich mit Landwirtschaft und Tierhaltung beschäftigt, sollen zu den spezifischen Medien, denen die Befragten angehören, hier keine Angaben gemacht werden. Der Umfang der Fallauswahl entspricht einem üblichen Umfang für qualitative Studien. Die Zahl der Interviews wurde anhand des Kriteriums der inhaltlichen Sättigung definiert, sowie aus forschungspraktischen Gründen bestimmt.

Zur Abgrenzung und Begriffsklärung zwischen Zeitungen und Zeitschriften gilt:

„Wesensmerkmale von Zeitungen sind die Periodizität (regelmäßige, fortgesetzte Erscheinungsweise), die Publizität (Ansprache der breiten Öffentlichkeit), die Aktualität (tägliche/ wöchentliche Nachrichtenübermittlung) und die Universalität (keine thematische Einschränkung). Der Hauptunterschied zu Zeitschriften liegt in der Aktualität, also der tages- oder zumindest wochenaktuellen Berichterstattung sowie in der Universalität“ (vgl. SJURTS, INSA. (Hrsg.): Gabler Lexikon Medienwirtschaft)

Neben ihrer thematischen Ausrichtung lassen sich die betrachteten Medien unter anderem nach ihrer Erscheinungsweise, dem Verbreitungsgebiet und durch ihre Zielgruppen unterscheiden.

3.2 Erhebungsinstrument und Durchführung der Interviews

Für beide Expertengruppen, die der Allgemein-Journalisten und die Gruppe der Fachjournalisten wurden jeweils eigene Gesprächsleitfäden entwickelt, die für die jeweilige zu interviewende Person angepasst wurden. Die Fragetechnik ist entscheidend für den erfolgreichen Verlauf eines qualitativen Interviews. Während die übergeordneten Fragenkomplexe den allgemeinen Rahmen für die Vergleichbarkeit der Aussagen bilden, dienen Vertiefungsfragen dazu, qualifizierte Aussagen zu bestimmten Themen zu erhalten. Aufrechterhaltungsfragen und Nachfragen dienen dem Gesprächsfluss und der Gesprächssteuerung (VGL. LAMNEK (2010) S. 314).

Eine Liste von Journalisten die sich in Deutschland mit dem Thema Tierhaltung und Tierwohl beschäftigen, konnte aufgrund der bei WOLFRAM et al. (2019) zugrundeliegenden Inhaltsanalyse erstellt werden. Die ausgewählten Journalisten wurden individuell schriftlich kontaktiert, die Durchführung der Interviews fand im 1. Halbjahr 2017 statt. Vorrangig als Einzelinterviews, ein Interview wurde mit zwei Fachjournalisten durchgeführt. Die Journalisten wurden in Form eines persönlichen Gesprächs (14 Personen) oder telefonisch (5 Personen) interviewt, das Material vollständig transkribiert und im Anschluss anonym weiterverwendet. Auf Wunsch einzelner Interviewpartner wurden Audiodateien nach der Transkription gelöscht, um Rückschlüsse auf Person und Medium zu vermeiden. Auch die

Namen der Medien sowie medienspezifische Details werden in dieser Arbeit nicht genannt, da aufgrund der kleinen Stichprobe Rückschlüsse möglich wären.

3.3 Auswertung der Interviews

Zunächst erfolgte die Festlegung des Materials bzw. der Interviewpassagen, die sich auf die Forschungsfragen beziehen. Insgesamt haben die Befragten sehr detailliert geantwortet und haben ob der oftmals spannungsgeladenen Themen ausschweifend geantwortet. Qualitative Interviews geben den Befragten die Möglichkeit ausführlich zu antworten, was für die Forschung vorteilhaft ist. Infolge dessen wurde mit den Experteninterviews eine Fülle interessanten Materials generiert, welches die Fragen des Leitfadens in einen größeren Zusammenhang stellt.

Eine Analyse der Entstehungssituation hat Aufschluss gegeben, wer das Interview-Material aus welchem Grunde zusammengetragen hat und welche Motive in Bezug auf die Forschungsarbeit richtungsweisend waren. Wichtiger Aspekt sind hier auch die Zusammenhänge, in denen das Material erhoben wurde, also wer am Interview teilgenommen hat, welchen sozialen Bedingungen die Befragten entstammen sowie die Atmosphäre der Interviewsituation. Mit der anschließenden formalen Charakterisierung des Materials sollte der jeweiligen Eigenart der Interviewprotokolle und deren Transkripte Rechnung getragen werden. In diesem Zusammenhang war das Ziel, die Art der Transkription sowie deren Konventionen näher benennen zu können.

Als Analyserichtung wurde für diese Arbeit der thematische Gegenstand der Interviews, also das gesprochene Wort festgelegt. Andere Arbeiten konzentrieren sich im Rahmen der qualitativen Analyse auch auf emotionale Zustände des Interviewten. Das Interviewmaterial wurde im Anschluss mithilfe der Analysetechnik der Zusammenfassung nach Mayring verdichtet. *„Ziel der Analyse ist es, das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion einen überschaubaren Corpus zu schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist.“* (MAYRING, 2003, S. 58). Mithilfe der Auswertungssoftware QDA – Software MAXQDA wurden die Inhalte codiert, um das Material nach bestimmten Aussagen adäquat sortieren und verdichten zu können und neben den Antworten auf die gestellten Fragen auch zusätzliche Aussagen identifizieren und verarbeiten zu können. In mehreren Arbeitsschritten wird das Material entsprechend komprimiert. Dabei wurde das folgende Ablaufmodell zugrunde gelegt:

Z 1	Paraphrasierung
Z 2	Generalisierung auf Abstraktionsniveau
Z 3	Erste Reduktion
Z 4	Zweite Reduktion

Abbildung 3: Die 4 Analyseschritte der Zusammenfassung nach Mayring

In Schritt Z1 erfolgt die zusammenfassende Kurz- und Umformulierung der Kodiereinheiten. Wichtig sind Kürzung von Ausschmückungen und die Umformulierung in eine grammatische Kurzform und auf vereinheitlichtes Sprachniveau. Schritt Z2 definiert ein Abstraktionsniveau. Anhand dessen soll überprüft werden, welche paraphrasierten Materialpassagen unter dem Abstraktionsniveau liegen, um genau diese zu verallgemeinern. Im Schritt Z3 sollen Paraphrasen mit gleicher Bedeutung herausgestrichen werden. Es werden nur Paraphrasen weiter verwendet, die von zentraler Bedeutung für die Fragenkomplexe des Fragebogens sind. Abschließend werden in Z4 inhaltlich ähnliche Paraphrasen gebündelt und falls notwendig mit einer geeigneten Formulierung aktualisiert.

4 Ergebnisse der Interviews

Nach Verdichtung des Materials nach MAYRING (2003) werden im Folgenden die Ergebnisse vorgestellt, die für die vorausgegangenen Forschungsfragen von Relevanz sind.

4.1 Persönlicher Hintergrund und Ausbildung

Die Journalisten der Stichprobe wurden nach ihrem persönlichen Hintergrund bzw. zu ihrer Verbindung zur Landwirtschaft befragt. Mit dieser Frage wird einerseits ein geeigneter Einstieg in das Interview gegeben und andererseits abgefragt, inwiefern Journalisten durch ihre Lebenswelt und ihre Herkunft mit dem Thema Landwirtschaft verbunden sind. Die Mehrzahl der befragten Allgemein-Journalisten verfügt über geringe persönliche Verbundenheit zu landwirtschaftlichen Themen, beziehungsweise Tierwohl-Themen. Als Stärke kann die Fähigkeit beschrieben werden, sich schnell in viele verschiedene Themen einzuarbeiten. Die persönliche Entfernung zum Thema wird dabei in Kauf genommen aber auch selbst-kritisch reflektiert:

„Es fehlt der Zugang. Also ich komme selbst aus einem kleinen Ort, ich habe noch bei einem Bauern mit meiner Oma Milch geholt, ich kenne das von Kindesbeinen an. Andere holen Milch bei Lidl oder Norma oder was weiß ich wo und wissen nicht, wie es im Kuhstall aussieht.“ (Journalist einer allg. Tageszeitung)

Für die Fachmedien nimmt der persönliche Hintergrund der Journalisten eine wichtige Rolle ein, da davon ausgegangen wird, dass eine tiefergehende Verbindung mit dem fachlichen Thema ein höheres redaktionelles Involvement mit sich bringt. Die Zugehörigkeit zur landwirtschaftlichen Lebenswelt und eine damit einhergehende weltanschauliche Übereinstimmung ist aus Sicht der interviewten Fachjournalisten sehr wichtig und sogar unabdingbar, da landwirtschaftliche Fachthemen einen hohen Spezialisierungsgrad erfordern. Ein landwirtschaftlicher Hintergrund wird daher als vorteilhaft gesehen:

„Was wir schreiben, kommt von Landwirten für Landwirte“ (Fachjournalist).

Innerhalb der Fachmedien ist es eher die Regel, dass Journalisten unmittelbar an landwirtschaftlich geprägten Lebenswelten partizipieren und in einer landwirtschaftlich geprägten Familie aufgewachsen

sind oder im Nebenerwerb als Landwirte tätig sind. Fünf der sechs Fachjournalisten sind im Umfeld eines landwirtschaftlichen Betriebes aufgewachsen. Durch die eigene biografische Betroffenheit hätten sie daher einen „unmittelbareren Zugang“ zu landwirtschaftlichen Themen insgesamt, den sie anderen Personengruppen nicht in gleicher Weise zugestehen. Eine enge biografische und finanzielle Branchenverflechtung, gestützt auf individuelle und persönliche Einzelerfahrungen wird betont:

„Mich verbindet stark damit, dass ich vom landwirtschaftlichen Betrieb komme. Mein Vater hatte einen Betrieb mit Sauenhaltung, der ist jetzt verpachtet. Und wo ich von Kindesbeinen an mit Tierhaltung aufgewachsen bin und auch die Lehre gemacht habe, Studium gemacht habe ... Also mich hat Landwirtschaft das ganze Leben begleitet.“ (Fachjournalist).

Alle befragten Journalisten verfügen neben einem journalistischen Volontariat bzw. Journalistik-Studium über eine einschlägige Ausbildung, sei es durch ein fachwissenschaftliches Studium, publizistisches Studium oder aus inhaltlich breit gefächerten Studiengängen wie Wirtschafts- Rechts- oder Sozialwissenschaften. Die Fachjournalisten verfügen bis auf eine Ausnahme neben der journalistischen Ausbildung in der Regel über eine landwirtschaftliche Ausbildung oder ein agrarwissenschaftliches Studium.

4.2 Anlässe der Berichterstattung

Auf die Frage nach dem Anlass der Berichterstattung („Wann wird über Landwirtschaft und Tierwohl berichtet?“) nennen die Journalisten der Allgemeinen Medien drei wesentliche Gründe: Aufgrund eines Ereignisses (positiv oder negativ), auf externe Hinweise durch Pressemitteilungen oder aufgrund von Skandalen.

„Die in schöner Regelmäßigkeit stattfindenden Skandale, die passieren. Das heißt also, wo es um Nahrungsmittel, um Tierhaltung oder eben um irgendwelche Verseuchungen geht, die da sind, die dann für uns Anlass sind, tätig zu werden.“ (Journalist einer lokalen allg. Tageszeitung).

Die journalistischen Abläufe in den Redaktionen sind stark abhängig von der Erscheinungsweise des jeweiligen Mediums. In Bezug auf die Systematik der Berichterstattung über Tierwohl-Themen gibt ein Journalist an:

„Es ist wie bei ganz vielen Themen, finde ich es ein bisschen bedauerlich, dass wir keine regelmäßige und systematische Berichterstattung haben, sondern vieles ein bisschen zufällig passiert.“ (Journalist einer überregionalen allg. Tageszeitung)

Lediglich ein Vertreter einer überregionalen Tageszeitung gibt an, in einem festen Rhythmus über landwirtschaftliche Themen bzw. Tierhaltungsthemen zu berichten:

„Also bei uns wird relativ häufig darüber berichtet. Wir brauchen jetzt auch nicht irgendwie einen besonderen Anlass oder so (...). Bei uns ist das ein fester Bestandteil der Wirtschafts- und Umweltberichterstattung“ (Journalist einer überregionalen allg. Tageszeitung)

Ein freier Journalist eines Monats-Magazins gibt an, dann über Landwirtschaft und Tierhaltung zu berichten, „wenn er es möchte“. Es ist erkennbar, dass die Berichterstattung über Landwirtschaft maßgeblich auch davon abzuhängen scheint, inwiefern ein Journalist in seiner persönlichen Lebenswelt relevante Impulse für die Berichterstattung sammeln kann. So bringt es ein Allgemein-Journalist einer überregionalen Tageszeitung auf den Punkt:

„Nur die Kampagnen, die auch an diese lebensweltliche Neugier eines Journalisten andocken, die anschlussfähig sind, werden ja berücksichtigt. Die anderen... es ist ja nicht so, dass eine Redaktion sklavisch an diesen Pressemitteilungen hängt, das allermeiste wird ja ignoriert.“ (Journalist einer überregionalen allg. Tageszeitung)

Es kann davon ausgegangen werden, dass die Themenfindung als Initialtätigkeit für journalistisches Handeln der Verantwortung des einzelnen Journalisten obliegt. Es zeigte sich zudem, dass die Entscheidung innerhalb der Redaktion über ein Thema zu berichten, von verschiedenen Faktoren abhängig ist. In den Themenkonferenzen müssen sich Themenvorschläge durchsetzen können, wofür sie das notwendige Potential benötigen. Ein Interviewter berichtet über das Prozedere des Themenvorschlags:

„Offen gesagt, im Wirtschaftsteil, da fand ich, war man nicht so interessiert wie vorne. Also vorne im Politikteil habe ich meine Themen leichter untergebracht, aber dort war man sehr interessiert.“ (Journalist einer überregionalen allgemeinen Tageszeitung)

Ebenfalls muss sich das Thema im Wettbewerb mit anderen Themen behaupten:

„Und Themen der Tierhaltung sind in jedem Fall so, dass sie klein gewichtet werden bei uns, wenn es eine starke Nachrichtenlage hat.“ (Journalist einer regionalen allg. Tageszeitung)

4.3 Verwendete Quellen und Arbeitspraxis

Alle Journalisten geben an, nach journalistischen Grundsätzen und Prinzipien zu handeln. Es ist ihnen ein Anliegen, möglichst verschiedene Perspektiven aufzuzeigen, alle Akteure zu Wort kommen lassen und gemäß journalistischer Regeln zwischen Meinung und Kommentar zu trennen. Das persönliche Gespräch gilt als beliebteste Form der Informationsbeschaffung, auch in Verbindung mit der Recherche vor Ort. Zugespielten Informationen von Dritten stehen die Befragten kritisch gegenüber, in Anbetracht der jeweiligen Interessen, die von Dritten vertreten werden können. Die Allgemein-Journalisten geben an, PR-Meldungen von Unternehmen skeptisch gegenüber zu stehen und diese

weitgehend zu ignorieren. Ein Vertreter eines Fachmediums unterscheidet hier jedoch zwischen der Verwertung von PR Meldungen für Print und für Online. Die Onlineverwertung findet demnach auch nahezu unbearbeitet statt. Als Gründe dafür werden Zeitaspekte genannt. Die Journalisten, die für Wochen- und Monatsmagazine tätig sind können in ihrer Arbeitspraxis und der Recherchetätigkeit freier und investigativer agieren (VGL. ESSER/WESSLER (2002) S. 200 f.) Der Erscheinungsrhythmus markiert hier auch das Tempo oder das Abgabedatum journalistischer Arbeiten. Investigativer Journalismus ist auch eine Frage der Investition und der wirtschaftlichen Lage der jeweiligen Medienhäuser, die sich gute journalistische Recherche leisten können und leisten wollen müssen. In den Interviews zeigt sich der Wandel des Berufsbildes allgemein, insbesondere vor dem Aspekt der Digitalisierung und der zunehmenden Vielfalt journalistischer Plattformen wie Social Media, die in einem schnellen Turnus von Journalisten bespielt werden müssen.

4.4 Der Stellenwert des Themas Tierwohl

Die Vertreter allgemeiner Medien schreiben dem Thema Tierwohl einen überwiegend geringen Stellenwert zu. Durch die Pluralität der Berichterstattung müssen die Redaktionen viele Themen bearbeiten:

„Bei uns ist es ein Thema unter vielen. Es kommt nicht jede Woche, auch nicht jeden Monat vor, aber ich glaube, dass wir (...) verbraucher-affiner geworden sind, auch mit der Themenmischung.“ (Journalist eines allgemeinen Wochenmagazins)

Es wird von den Journalisten auch deutlich erkannt, dass der Kontrast von Stadt und Land eine gewissen Entfremdung von landwirtschaftlichen Themen zur Folge hat.

„Ein zu geringer [Stellenwert, Anm. der Verfasser]. Es geht hier in der Stadt glaube ich um das Phänomen, dass viele mitreden über ein Thema von dem sie keine Ahnung haben, zu dem sie auch keine Berührung haben“. (Journalist einer allgemeinen Lokalzeitung)

Themen, die aus umsatzstarken Branchen erwachsen, dominieren die redaktionsinterne Agenda:

„Also es [das Thema Tierhaltung, Anm. der Verfasser] hat sicherlich nicht den gleichen Appeal wie industrielle Themen wie Autobranche und Banken, ganz ehrlich. Es gibt bei uns keinen Landwirtschaftsbeauftragten, aber es gibt sehr wohl Auto-Verantwortliche, Banken-Verantwortliche usw. Landwirtschaft ist je nach Anlass... mal kümmert sich der oder der Kollege darum.“ (Journalist einer überregionalen Wochenzeitung)

Der Stellenwert des Themas wird von einem Fachjournalisten von der Umsatzstärke tierischer Produkte abgeleitet:

„Einen großen natürlich, weil es zum einen so ist, dass über sechzig Prozent der landwirtschaftlichen Umsätze in Deutschland ja mit tierischen Produkten gemacht werden. Wir waren immer ein sehr produktionsorientiertes Blatt mit den Schwerpunkten Ackerbau, Rindviehhaltung und Schweinehaltung. Und die beiden Tierhaltungsbereiche haben in den letzten Jahren noch an Bedeutung gewonnen“ (Journalist eines Fachmagazins)

Es ist ersichtlich, dass das Thema in Redaktionen von allgemeinen Medien einen unterschiedlich hohen Stellenwert hat, jedoch im Wettbewerb mit anderen Themen konkurriert und besonders bei den Lokal- und Regionalzeitungen vergleichsweise schlechter akzeptiert ist. Die Journalisten dieser Gattungen geben im Gespräch an, dass sie für viele Themen zuständig seien und die Entscheidung für das Thema eher zufällig verläuft. Das Thema wird dann bearbeitet, wenn es sich „anbietet“ und nicht unbedingt dann, wenn es ein Redaktionsplan vorsieht.

4.5 Wichtige zu vermittelnde Zusammenhänge

Vertreter des allgemeinen, überregionalen Journalismus berichten über Landwirtschafts- und Tierwohl-Themen im Kontext gesellschaftlich relevanter, übergeordneter Themen wie Ethik, Gesundheit, Ernährung und Umwelt.

„Man muss wissen, wie das, was man täglich im Supermarkt kauft, wie das mit der großen weiten Welt und den großen Fragestellungen Ethik, Gesundheit Umweltschutz, wie das zusammenhängt. Dafür liefern wir das Rüstzeug.“ (Journalist einer Wochenzeitung)

Aber auch die wirtschaftlichen Zusammenhänge, die Strukturen der Lebensmittelindustrie und die Rolle des Verbrauchers stehen im Fokus. Leser in ihrer Rolle als Verbraucher gelten als Adressaten:

„Also, ich möchte dem Verbraucher ein bisschen die Augen öffnen, dass er selbst genauso wie Landwirte Teil eines Systems ist, in dem sich der Verbraucher viel zu schnell auch als extern und unschuldig und heilig sieht, nur, weil er einmal pro Woche Bio isst.“ (Journalist einer überregionalen Tageszeitung)

Die zu vermittelnden Zusammenhänge der Allgemeinmedien entspringen in der Regel aus Themenbereichen, die kontroverses Diskussionspotential aufweisen. So werden unter anderem folgende Themen angeführt: Klimawandel und CO₂- Ausstoß, Fleischkonsum oder das Für-und-Wider des Veganismus, Museums- vs. Industrielle Landwirtschaft, Tierwohl und Sichtbarkeit für den Verbraucher, sowie das gängige Paradoxon von hohen Qualitätsansprüchen aber geringer Zahlungsbereitschaft.

Darüber hinaus sehen es die Journalisten als ihre Aufgabe, die Wirklichkeit der Produktion landwirtschaftlicher Erzeugnisse zu zeigen und realistische Einblicke in die Tierhaltung und die Konsequenzen daraus zu geben. Insbesondere, da viele landwirtschaftlichen Strukturen und Prozesse

für einen Großteil der Leser nicht transparent seien und viele Leser in zunehmende Distanz zur Landwirtschaftlichen Lebenswelt lebten.

„Also, ich denke auch da, dass es möglichst konkret sein sollte, dass man möglichst nah dran ist und einfach ganz korrekt und ungeschminkt darstellt, wie die Wirklichkeit ist.“ (Journalist einer Lokalzeitung)

Die Journalisten geben an, Mythen und polarisierende Denkmuster entkräften zu wollen. Hier wird explizit das harmonische Bild des idyllischen, familiengeführten Bauernhofes genannt oder damit verbundene romantisierte Marketingversprechen, die nicht der Wirklichkeit entsprächen.

Zunehmend das „Bild des Guten Bauern“ zu vermitteln ist darüber hinaus ein Anliegen der Allgemeinen Journalisten. Durch das zunehmende Bewusstsein für biologisch erzeugte Produkte rücke auch ein neues Bild des Landwirts in den Fokus und von der Pauschalisierung des Landwirts als „Schwarzes Schaf“ werde Abstand genommen.

„Man steht als Journalist da nicht mehr kritisch vor dem Hoftor und sagt: Was da wohl alles Schlimmes passiert in diesen Scheunen? Sondern man sagt dann doch: Der liebe Bauer und das liebe Vieh“ (Journalist einer überregionalen Tageszeitung)

Ein Anliegen ist den Journalisten auch, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Zwänge der Landwirte aufzuzeigen und die gesetzlichen Auflagen und ihre Auswirkungen auf die Lebensmittelproduktion darzustellen.

In den landwirtschaftlichen Fachmedien existieren Tierwohl-Themen im Zusammenhang mit Tierproduktion. Das Thema *Tierethik* finde nur dann Beachtung, wenn ein gesellschaftlicher Diskurs die Landwirte durch politische Neuerungen vor Veränderungen stellt.

„Tja, also, es ist (...) Wir schreiben als Landwirte für Landwirte und allen ist klar, dass die Tierhaltung fester Bestandteil der Landwirtschaft ist und normal ist. Deswegen haben wir da jetzt (...) Tierethik ist wenig vorhanden bei uns im Heft“. (Journalist eines landwirtschaftlichen Fachmagazins)

Im Wesentlichen berichteten Fachmedien aus den Bereichen Agrarpolitik und deren Auswirkungen auf den Alltag des Landwirts. Außerdem im Sinne der guten fachlichen Praxis über Tierhaltung, Pflanzenbau, Pflanzenschutz, Agrartechnik, Digitalisierung, um nur einige, wichtige zu nennen. Hier stehe der Nutzwert-Journalismus und der praktische Nutzen für die Leserschaft im Vordergrund. Eine Einordnung in größere Zusammenhänge werde nicht vorgenommen, da von einem impliziten gemeinsamen Grundverständnis mit der Leserschaft ausgegangen werde, das auch nicht hinterfragt werden solle.

Die Fachmedien der Stichprobe möchten ihren Lesern Orientierung und Hilfestellung bei landwirtschaftlichen Fragestellungen geben. Sei es bei den praxisnahen Themen, die Tierhaltung

betreffend, bei politischen Neuerungen oder bei neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen und deren Relevanz für die praktische Landwirtschaft:

„Was gibt es an neuen Trends in der Wissenschaft zum Beispiel was Haltungsverfahren angeht, die man vorstellen kann, die in der Erprobungsphase sind, die vielleicht schon praxisreif sind?“ (Journalist eines regionalen Fachmediums)

Vertreter der Fachmedien sehen sich auch in einer beratenden Funktion für die Betriebe ihrer Leser. Sie bündelten und sortierten neue Informationen für Landwirte und versuchten ihnen damit zu helfen, sich auf zukünftige Entwicklungen einzustellen.

„Wir sind ja hauptsächlich ein Ratgeber. Da versuchen wir, die Leser immer am Puls der Zeit zu halten, dass sie wirklich vorbereitet sind, wissen wie sie etwas machen müssen, um ihren Betrieb voran zu bringen und aktuell zu halten.“ (Journalist eines überregionalen Fachmediums)

Der Nutzwert-Journalismus wird von den Vertretern aus den Fachmedien auch daran festgemacht, dass ihre Beiträge direkte wirtschaftliche Vorteile für die landwirtschaftlichen Betriebe bringen sollten. Besonders hier wird der wirtschaftliche Kontext deutlich, in dem Fachmedien ihre Berichterstattung verorten:

„Man kann generell sagen, alles was der Bauer im Portmonee spürt, was ihm Kosten spart und Geld bringt, das wird sehr gut gelesen. Wie muss der Antrag ausgefüllt werden? Wenn Sie das und das jetzt machen, so können Sie Steuern sparen, diese ganzen Themen.“ (Journalist eines regionalen Fachmediums)

Eine thematische Trennung in Print- und Online-Medium wird in Fachmedien teilweise betont. Im Printprodukt werden Themen ausführlicher und mit mehr Hintergrund beleuchtet, die mitunter hitzigen Debatten werden online geführt, was der Mechanik sozialer Medien mit Kommentarfunktionen zuzuschreiben ist:

„Dann regen sich die Bauern auf und diskutieren und die Bürger melden sich. Da haben wir wieder ein Thema, das aus Online-Sicht sehr gut läuft. Solche Sachen sind riesige Klick-Bringer“ (Journalist eines überregionalen Fachmediums)

Eher sachlicher verläuft die Debatte im Print-Produkt. Hier ist voranzustellen, dass sich das Print- und Online-Publikum teilweise grundlegend unterscheidet. Print-Abonnenten seien oftmals langjährige, treue Leser. Online finde sich eine jüngere Userschaft wieder, viele möchten Ihre Meinung bestätigt wissen. Daher seien Online-Plattformen prädestiniert für spontane, mitunter emotionale Diskussionen.

4.6 Die Rolle der Medien in Bezug zur landwirtschaftlichen Tierhaltung

Auf die Frage nach der Rolle der Fachmedien bezogen auf die Haltung von Nutztieren ist zu beachten, dass Fachmedien sich in Richtung eines geschlossenen Publikums kommunizierend sehen.

„Nur die Landwirte lesen die Fachmedien, klar. Tierärzte, Politiker, Berater auch noch, aber das war's. Es geht nicht raus an den Verbraucher. Der will ja dieses Fachliche auch gar nicht wissen, das ist dem zu hoch.“ (Journalist eines überregionalen Fachmediums)

Die allgemein-journalistische Gruppe gibt den Anspruch an zu informieren und über Haltungsbedingungen aufzuklären. Es wird der Anspruch der neutralen Berichterstattung formuliert und die Aufgabe, Aufklären zu wollen:

„Wir haben eigentlich einen ziemlich kühlen, analytischen und nüchternen Blick. Die wollen wissen, was ist da los mit der Tierhaltung, was für Konfliktlinien gibt es da?“ (Journalist eines allgemeinen Wochenmagazins).

Das Aufdecken von Missständen als Funktion der Medien wird als ein zentraler Punkt gesehen. Dabei wird von einem klaren Werteverständnis aus argumentiert und implizit davon ausgegangen klar zwischen akzeptablen und nicht akzeptablen unterscheiden zu können:

„Wenn wir solche Zustände haben in der Landwirtschaft- die nicht überall schlecht sind, das will ich gar nicht sagen! - aber die so industrialisiert sind und so verwirtschaftlicht sind und die Tiere so als Ware sind, dann ist das eine erste Aufgabe von Journalisten, da hinzugucken, wenn da was schiefgeht.“ (Journalist eines allgemeinen Wochenmagazins)

Die Rolle der Medien, die einen größer gefassten Diskurs anstoßen können, wird eher den Allgemeinen Medien zugeschrieben, da die Fachmedien in einem begrenzten Zielgruppenkreis agieren.

4.7 Einfluss der persönlichen Meinung

Der überwiegende Teil der Befragten äußert sich auf die Frage nach ihrer persönlichen Meinung eher neutral zum Thema Tierhaltung in Deutschland. Die Journalisten geben an, dass sie die Tierhaltung im Großen und Ganzen vertretbar finden. Auch wenn davon ausgegangen wird, dass es vereinzelt zu Gesetzübertretungen komme, wird nicht davon ausgegangen, dass dies in der Landwirtschaft weit verbreitet sei:

„Größtenteils hygienisch in Ordnung, größtenteils im Einklang mit den Gesetzesvorschriften. Und dass es ein paar Ausreißer nach unten und oben gibt, ist doch normal.“ (Journalist einer regionalen Tageszeitung)

Zum eigenen Konsumverhalten äußern sich die Journalisten ebenfalls nur vage und erkennen Widersprüchlichkeiten im eigenen Verhalten. Deutlich wird daran, dass der konfliktbehaftete

gesellschaftliche Diskurs selbst in der eigenen Person zum Tragen kommt. Offen bleibt, inwiefern die wahrgenommene eigene Widersprüchlichkeit die journalistischer Arbeit beeinflusst:

„Ich kaufe zwar auch weniger Bio-Fleisch als ich mir das mal vorgenommen habe, weil dann manchmal gerade keins da ist oder ich im normalen Supermarkt bin. Ich habe versucht, meinen Fleischkonsum einzuschränken und das wenige, was ich esse, das esse ich bewusst.“ (Allgemein-Journalist einer regionalen Tageszeitung)

Im Gegensatz dazu bezieht eine interviewte Journalistin klar Stellung in Sachen Tierwohl und wirkt persönlich betroffen: *„Was haben diese Tiere uns nur getan, dass wir sie so behandeln?“* (Journalistin eines allgemeinen Wochenmagazins)

5. Diskussion

Die Interviewergebnisse geben Aufschluss darüber, wie Journalisten bei Allgemein- und Fachmedien das Thema Landwirtschaft, Tierhaltung und Tierwohl in ihrem Redaktionsalltag einordnen, behandeln und in ihre Berichterstattung einbinden. Bezugnehmend auf die Teilprozess-Theorie der Entstehung von Medien-Frames spiegeln sich Einflüsse aus Kultur, Werten und persönlicher Meinung, Selbstverständnis und Co-Orientierung in den Antworten wider. Inwieweit diese zur Entstehung der Frames beitragen, kann hier nur vermutet werden, da andere Einflussgrößen an dieser Stelle unbeachtet bleiben.

Allgemein- und Fachjournalismus sind sehr heterogen und bewegen sich bedingt durch ihre Funktionen in divergierenden Kontexten. Während Journalisten der Allgemeinmedien „das große Ganze“ abbilden und dafür das Thema Tierwohl in den gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang einordnen, spielt dieser Zusammenhang für Fachjournalisten eine untergeordnete Rolle. Sie bewegen sich eher in einem brancheninternen Mikrokosmos, in dem sie die möglichen Auswirkungen des landwirtschaftlichen Tuns systemimmanent detailliert analysieren. Sie nutzen häufig Frames wie „Innovative Lebensmittelwirtschaft“, „Gute Praxis“ und „Schaden für die Landwirtschaft“. Dadurch stellen sie für das Fachpublikum relevante Zusammenhänge her und spiegeln die Spezialisierung des Fachmediums wider. Überregionale und regionale Medien nutzen umfassendere, allgemeinere Frames wie „Gesellschaft und Tierhaltung“, „Tierschutz“ und „Politische Debatte“, die grundsätzlich generelleren Charakter aufweisen. Dies deuten auch die Aussagen zu den wichtigen Zusammenhängen an, die dem Publikum vermittelt werden sollen und mit dem Kontext, in dem das Thema innerhalb der Redaktionen verortet wird.

Für allgemeine Journalisten ist das Thema Tierwohl in der Regel ein Thema von vielen. Es hat jedoch einen hohen Stellenwert, da das Thema in der Gesellschaft und demzufolge beim Publikum als zunehmend wichtig erachtet wird. Für Fachjournalisten ist Tierwohl ein wichtiger Aspekt im

Zusammenhang mit dem Themenbereich ‚Tierproduktion‘. Dem Tierwohl wird zunehmende Relevanz zugeschrieben, aufgrund von neuen Tierwohl-Initiativen und dadurch bedingter regulativer Neuerungen. Gesellschaftliche Zusammenhänge finden bei den Fachmedien nur dann Beachtung, sofern daraus Handlungsempfehlungen für das Publikum, d.h. die Landwirte entstehen. Hier wird deutlich, wie unterschiedlich und wenig vergleichbar beide journalistischen Gruppen durch ihre Funktionen sind.

Als Anlässe für die Berichterstattung werden von den Allgemeinen Medien, hier vorrangig von den Vertretern von lokalen und regionalen Tageszeitungen, Skandale als ein wichtiger Anlass zur Berichterstattung genannt. Hier muss unterschieden werden zwischen Skandalen als Aufhänger, über etwas zu berichten, und einer eigentlichen Skandalberichterstattung. Ein Skandal ist ein Missstand, der nach einhelliger Ansicht der Urteilenden bedeutend ist, vermeidbar gewesen wäre, durch schuldhaftes Verhalten hervorgerufen wurde und deshalb allgemeine Empörung hervorruft (VGL. KEPPLINGER (2002) S. 81). Dabei ist zu unterscheiden ist ob ein Skandal medial ‚ausgeschlachtet‘ wird und in einer oftmals haltlosen Berichterstattung mit boulevardesken Tendenzen mündet. Die befragten Journalisten aus den Allgemeinmedien schreiben skandalgetriebene Berichterstattung eher dem Medium Fernsehen zu, da Skandalberichterstattung emotional ist und in bildstarken Bewegbild (TV, Internet) funktioniert. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass alle Befragten zwar Skandale als Anlass nennen, sich aber klar distanzieren von sogenannter ‚Skandalberichterstattung‘. Dieser Umstand untermauert den Selbstanspruch der Medien in der Stichprobe als Qualitätsmedien.

Die Befragten vermuten eine überwiegend negative Berichterstattung über Tierwohlthemen. Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass News mit negativem Tenor aus journalistischer Sicht grundsätzlich verwertbarer sind als positive. Nicht umsonst heißt eine journalistische *Weisheit* „*only bad news are good news*“. Im Sinne der Kontrollfunktion ist ein Aufdecken von Missständen nicht umsonst zentrales Element der journalistischen Arbeit.

Die Nähe zu ihrer Leserschaft ist ein großes Unterscheidungskriterium der betrachteten Medien. Ein großes, allgemeines Publikum erreicht der Fachjournalist nicht, da die Fachmedien branchenintern von einer speziellen Zielgruppe konsumiert werden. Ebenso kann gesagt werden, dass Themen, die durchaus für eine allgemeinere Zielgruppe von Relevanz sein können, über ein begrenztes Fachpublikum leider nicht hinausgehen können. Im Sinne von mehr Transparenz und Verständnis könnte dies jedoch durchaus wünschenswert sein. Erforderlich wäre in diesem Zusammenhang jedoch eine „Übersetzung“ der fachgruppenspezifischen Information für ein allgemeines Publikum. Da diese Übersetzung in der Regel nicht stattfindet, werden Prozesse und Sachverhalte simplifiziert dargestellt, was zu einer Verzerrung von Wirklichkeit beitragen kann.

Während Journalisten von allgemeinen Medien Erklärer großer Zusammenhänge für das breite Publikum sein wollen, sind Fachjournalisten in ihrem Selbstverständnis Ratgeber und Weggefährten von Landwirten und der landwirtschaftlichen Berufsgruppe, von Politik und von anderen Akteuren in der Agrarbranche. Zugleich sehen sie sich als eine Art Seismograph und Streitschlichter, da sie mitunter hitzige Debatten führten und begleiteten. Darüber hinaus kann davon ausgegangen werden, dass Fachjournalisten auf das Vertrauen vieler Leser zählen können. Fachjournalisten gehen davon aus, ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse zu kennen, was als eine Grundvoraussetzung für ihr journalistisches Tun dargestellt wird. Journalisten von allgemeinen Medien können hingegen nur grobe und viel allgemeinere Annahmen zu ihrer Leserschaft treffen.

Die Journalisten beider Fachrichtungen sind maßgeblich durch ihre jeweiligen Lebenswelten und Milieus geprägt, die sich stark unterscheiden. Das der in der Literatur genannte Binnenkontakt nicht förderlich für objektive und unvoreingenommene Berichterstattung ist, macht die gegenwärtige Diskussion auch im Zusammenhang mit landwirtschaftlicher Berichterstattung deutlich. Insbesondere durch den Kontrast der urbanen mit der ländlichen Lebenswelt stellt sich die Frage, wie sehr Journalisten in ihrem jeweiligen Milieu verhaftet sind und dementsprechend die Berichterstattung prägen.

Für die Gruppe der Fachjournalisten ist die Zugehörigkeit zur Lebenswelt Landwirtschaft ein großer Vorteil bezüglich Auflagen- und Klickzahlen. Diese Zugehörigkeit eröffnet ihnen einen selbstverständlicheren Zugang zu ihrer Zielgruppe und ermöglicht ihnen überhaupt erst, wirklich auf Augenhöhe zu kommunizieren. Entsprechend distanziert und möglicherweise verständnislos stehen Fachjournalisten allerdings den allgemeinen gesellschaftlichen Diskussionen gegenüber. Wenn diese Diskussionen zu grundlegend veränderten Rahmenbedingungen für die landwirtschaftliche Tierhaltung führen, ist es fraglich inwiefern Journalisten aus den Fachmedien in der Lage sein können ihrer Leserschaft dazu einen Zugang zu vermitteln und sie auf diese veränderten Rahmenbedingungen vorzubereiten. Vergleichbar ist die Distanz der Journalisten der allgemeinen Medien zur landwirtschaftlichen Lebenswelt als problematisch zu sehen. Durch das fehlende Detailwissen werden viele Themen nicht als relevant erachtet. Es entstehen Missverständnisse und weniger Verständnis für die unterschiedlichen Interessen. Neben der fehlenden Partizipation an einer landwirtschaftlichen Lebenswelt scheint ein zunehmendes Problem die tatsächlich existierende Lebenswelt der Journalisten zu sein: Das Umfeld vieler Journalisten der auflagenstarken überregionalen Medien ist durch ein eher großstädtisches Leben geprägt. In gleicher Weise führt eine fehlende Partizipation der landwirtschaftlichen Fachjournalisten an den städtischen Lebenswelten zu Problemen. Die Lebenswelt von Journalisten der Fachmedien scheint sich auf das landwirtschaftliche Umfeld einzuengen und erschwert den Zugang zur gesellschaftlichen Debatte über die landwirtschaftliche Tierhaltung. Dies verdeutlichen auch Biografien und der jeweilige Werdegang von Journalisten:

„Das Problem ist aber, dass auch Journalisten manchmal in einer Blase leben und es selbst gar nicht wahrnehmen. Ich halte die Analyse für zutreffend, dass wir Journalisten Teil einer soziologischen Gruppe sind, die glaubt, ein normales Leben zu führen, tatsächlich aber deutliche kulturelle Unterschiede zur Bevölkerungsmehrheit aufweist.“ (SCHÖNENBORN, J. (2019))

Die Bedeutung der Ausbildung und der Herkunft ist für den Diskurs um die Objektivität des Journalismus besonders interessant. Denn Journalisten agieren in ihrer journalistischen Rolle, jedoch darüber hinaus bei den Fachmedien auch in ihrer Rolle als Vertreter von Landwirten und der Landwirtschaft insgesamt. Durch einen persönlichen Hintergrund, der landwirtschaftlich geprägt ist, kann interessengeleitete Kommunikation forciert werden, da die Grenzen zwischen den Rollen (als Journalist oder als Landwirt) verwischen. Es sei daher in Frage gestellt, inwiefern all das, was Journalisten aus dieser Doppelrolle heraus prägt, zu ihrer vermeintlichen Objektivität beiträgt. Die eigene Verwurzelung mit dem Thema ist aus zwei Perspektiven zu sehen und kann vor- und nachteilig gesehen werden. Denn zum einen ermöglicht sie die authentische und fachliche Vermittlung von Inhalten auf Augenhöhe, zum anderen scheint es dadurch erschwert zu sein, mit Abstand und Objektivität auf die (emotional aufgeladenen) Entwicklungen zu schauen und trotzdem sachlich neutral zu berichten.

Objektivität gilt als eine der Grundprinzipien des Journalismus. Das journalistische System an sich muss sich ohnehin bereits die Frage gefallen lassen, inwiefern Objektivität im Sinne von neutraler Berichterstattung überhaupt möglich ist. Im Gegensatz zum wissenschaftlichen Arbeiten ist in der journalistischen Arbeit keine detaillierte Darstellung des methodischen Vorgehens im Einzelnen notwendig. Damit werden im Journalismus nicht die Kriterien der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit, Falsifizierbarkeit und Reproduzierbarkeit der Ergebnisse angelegt. Journalisten prägen beispielsweise durch die Auswahl ihrer Interviewpartner oder die gewählte Erzähl-Perspektive das Geschriebene. Es wird zwangsläufig eine eigene und damit subjektiv empfundene Wirklichkeit transportiert. Das gilt sowohl für Fachmedien als auch die Allgemeinmedien.

In den Antworten auf die Frage zur persönlichen Einstellung zum Thema Tierhaltung und Tierwohl wird deutlich, dass Journalisten der allgemeinen Medien sich zwar betroffen zeigen. Was Probleme der Tierhaltung betrifft, sind sie jedoch eher um eine ‚Tendenz zur Mitte‘ bemüht. Die Antworten sind nicht klar und eher neutral getroffen, sie sind motiviert, nicht den Eindruck zu erwecken, durch eine eigene persönliche Einstellung gefärbt zu sein. Daraus folgend ist zu vermuten, dass Journalisten nicht als Privatperson im Fokus stehen wollen und nicht durch eine eigene, starke Meinung bekannt sein wollen.

Die journalistischen Routinen und Arbeitsweisen scheinen den Antworten zufolge nicht genug Zeit für investigative Recherchen zu lassen. Ausführliche Recherchen sind zeit- und kostspielig und scheinen

nicht in die veränderten Redaktionellen Strukturen (vor allem von Lokal- und Regionalzeitungen) zu passen. Ein verändertes Medien-Nutzungsverhalten zwingt Verlage (hauptsächlich von allgemeinen Zeitungen) seit mehreren Jahren zu wirtschaftlichen Anpassungen und strukturellen Änderungen in Redaktionen. So gibt es etwa nicht mehr einen Experten für ein Thema, sondern Themen werden von unterschiedlichen Journalisten übernommen. Damit fehlen Möglichkeiten, spezialisierte Fachpersonen für das Thema Landwirtschaft bzw. Tierhaltung in den Redaktionen zu entwickeln.

Die Bedeutung der Fachmedien wurde von den Journalisten der allgemeinen Medien als eher gering eingeschätzt. Begründet wird dies durch das vergleichsweise kleine Publikum. Hier ist jedoch nicht zu vergessen, dass Fachmedien auch in Richtung der Politik agieren und in ihrem Selbstverständnis eine Ratgeberfunktion einnehmen möchten. Die Journalisten vermuten zudem, dass meinungsstarke Beiträge neben dem Sortieren und Einordnen von Informationen in Zukunft eine größere Rolle in der journalistischen Arbeit spielen wird. Das Berufsfeld von Journalisten wird im Zeitalter der Digitalisierung, Social Media und einer schnelllebigen, komplexen Welt seit einigen Jahren immer wieder mit veränderten Herausforderungen konfrontiert. Mehr personelle Diversität in Redaktionen würde zu mehr Transparenz und Verständnis führen. Das könnte helfen ein facettenreicheres Bild von landwirtschaftlicher Tierhaltung in den allgemeinen Medien zu transportieren. Ebenso könnte in den Fachmedien ein differenziertes Bild der gesellschaftlichen Diskussion über Tierhaltung abgebildet werden und seine Relevanz für Landwirte entsprechend dargestellt werden.

Ein Ausbau der meinungsbildenden Rolle wird für die gesellschaftliche Diskursführung in Demokratien als ein wichtiges Element gesehen. Begleitet wird dieser Umstand durch Effekte durch sogenannte „Filterblasen“ (PARISIER, E. S. 456), die die Isolation beschreiben, die daraus entsteht, dass insbesondere Online-Medien bestimmte Algorithmen nutzen und dem User Inhalte zuspielen, die seinem persönlichen Interesse entsprechen, ihm jedoch andersartige Inhalte vorenthalten werden. Das Phänomen ist nicht nur in Bezug auf Online-Medien erkennbar; auch in der Fachpresse, wo eine geringere Themen-Pluralität vorherrscht, kann dieser Effekt wirken. Um so wichtiger kann zukünftig die Rolle von Meinungsführern innerhalb der Redaktionen sein. Insbesondere da einerseits auf vielen verschiedenen Kanälen Journalismus stattfindet, das persönliche Zeitbudget für Medienkonsum knapper wird und eine Leuchtturmfunktion des Journalisten zur Orientierung immer wichtiger zu werden scheint. Der Meinung und dem persönlichen Kommentar wird seitens der Journalisten eine zunehmend wichtige Rolle zugeschrieben. Die Rolle des Meinungsführers zu bestimmten Themen kann auch als Alleinstellungsmerkmal für Journalisten angesehen werden. Insbesondere auch, weil innerhalb digitaler Kommunikation prinzipiell jeder als Sender fungiert, ist diese Rolle besonders wertvoll.

6. Fazit und Ausblick

Journalisten nehmen eine privilegierte Stellung in der Gesellschaft ein. Sie haben die Aufgabe, die allgemeine Öffentlichkeit und Teilöffentlichkeiten wie die Landwirtschaft zu informieren und gesellschaftliche Diskurse zu strukturieren. Die vorherrschenden Problemfelder im Diskurs Landwirtschaft, Tierhaltung und Tierwohl machen die Befragten persönlich betroffen. Die Untersuchungsergebnisse machen deutlich, wie unterschiedlich die Herangehensweise von Journalisten zwischen Allgemeinen Medien und Fachmedien ist. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die soziale Herkunft, die Nähe zur landwirtschaftlichen Lebenswelt und die persönliche Meinung das Entstehen und Verwenden von Medien-Frames zu beeinflussen scheint. Die vorliegende Arbeit kann durch ihren qualitativen Charakter zeigen, dass Verbindungen zwischen Journalisten und verwendeten Medien-Frames bestehen können. Wie stark die Wirkung einzelner Einflussfaktoren ist, müsste mit quantitativen Methoden und einer im statistischen Sinne repräsentativen Stichprobe überprüft werden.

Bei allgemeiner Betrachtung der Ergebnisse erscheint das Problemfeld Tierhaltung mit Akteuren verschiedener Anspruchsgruppen ineinander verwoben. Diese Verwobenheit erschwert eine unabhängige und neutrale Berichterstattung. Journalisten von Allgemeinmedien sind beim Thema Tierhaltung auf eine gute Zusammenarbeit mit Landwirten angewiesen, um ein möglichst realitätsgetreues Bild von Tierhaltung und Tierwohl vermitteln zu können. Hier wäre mehr Transparenz auf allen Seiten wünschenswert, indem Einblicke leichter möglich sind. Für Journalisten von Fachmedien müsste deutlich werden, dass ihre eigene Lebensumwelt nicht die Breite der gesellschaftlichen Diskussion über die landwirtschaftliche Tierhaltung abdeckt. Eine gezielt Erweiterung der Informationsquellen und tierhaltungsbezogenen Themen müsste erfolgen, um Landwirten einen besseren Zugang zu diesen für sie fremde Lebenswelten zu schaffen.

Hilfreich für den gesellschaftlichen Diskurs wäre es, wenn allgemeine Medien und Fachmedien mehr Verständnis für die Rahmenbedingungen der jeweils anderen Medienart bzw. deren Leserschaft einnähmen. Allgemeine Medien und Fachmedien scheinen jedoch eher nebeneinander innerhalb des journalistischen Systems zu existieren. Sie haben aufgrund ihrer klaren Abgrenzung und Funktion als Publikumsmedium bzw. als berufliches Informationsmedium die Legitimation das Thema Tierwohl gemäß ihrem Kontext zu behandeln. Ebenso besteht aus ihrer Sicht keine ausgeprägte Notwendigkeit des Austausches untereinander, da sich jeder Journalist selbst ein Bild machen möchte und jedes Medium unterschiedliche Geschäftsmodelle erfüllt. Konkret könnten hier gegenseitige Hospitationen in den jeweils anderen Redaktionen und journalistische Gemeinschaftsprojekte über Redaktionsgrenzen hinweg ein Ansatz für mehr Verständigung sein.

Die gesellschaftliche Bedeutung des Themas Tierwohl mit Blick auf Tierethik wird in den Fachmedien nicht gänzlich ignoriert. Die Allgemeinmedien greifen das Thema im größeren Zusammenhang auf und halten Lesern bzw. Verbrauchern auch kritisch den Spiegel vor. Das wird in den persönlichen Einstellungen der Journalisten deutlich. Es spielt bei Fachjournalisten jedoch eine untergeordnete Rolle, da es im Gegensatz zu alltagspraktischen Themen der Landwirtschaft weniger Nutzwert mit sich bringt. Bei tierethischen Fragen scheinen die Befragten der Fachmedien aus ihrer Rolle als Landwirte heraus zu antworten, die stark durch die kulturell vererbte Praxis ihres Tuns geprägt ist. Im Sinne von „das machen wir seit jeher so“ wird für sich beansprucht, die Tiere vermeintlich gut zu behandeln.

Um den öffentlichen Diskurs um eine gesellschaftlich akzeptierte Form der landwirtschaftlichen Tierhaltung erfolgsversprechend zu strukturieren, ist die aktive Mitarbeit und der Austausch aller Anspruchsgruppen des Feldes notwendig. Insbesondere vor dem Hintergrund aktueller Anforderungen, die aus veränderten tierethischen Positionen der Gesellschaft resultieren, ist mehr Transparenz und Offenheit unabdingbar. Hier sollte jeder Diskursteilnehmer bereit sein, in Vorleistung zu gehen. Abhängig davon wie der Handlungsdruck individuell wahrgenommen wird, sind schnelle Erfolge in diesem Veränderungsprozess nicht zu erwarten.

Um mehr Verständnis bei beteiligten Akteuren zu erzeugen, sollte zunächst das historisch gewachsene Geflecht an Missverständnissen zwischen landwirtschaftlicher Tierhaltung und gesellschaftlichen Ansprüchen entwirrt werden. Dies gestaltet sich durch verschiedene Zielkonflikte und sehr divergierende Meinungen und Perspektiven schwer. In diesem gesellschaftlichen Diskurs spielen Journalisten eine entscheidende Rolle. Sie sollten die Bereitschaft unterstützen die Situation aktiv und miteinander ändern zu wollen. Journalisten sollten sich der besonderen Stellung und ihrer Macht in dieser Rolle bewusst werden und sich bemühen, bewusstem und unbewusstem Framing vorzubeugen bzw. sich bewusst andersartige, neue Frames zu erschließen.

Zusammenfassung

Landwirtschaftliche Tierhaltung in den Medien –

Eine qualitative Analyse von Experteninterviews mit Journalisten regionaler und überregionaler Allgemein- und Fachmedien

Allgemeiner Journalismus und Fachjournalismus beschäftigen sich in unterschiedlicher Weise mit der landwirtschaftlichen Tierhaltung. Die Verwendung und Entstehung von Medien-Frames ist dabei kennzeichnend für die mediale Berichterstattung. Die vorliegende Studie soll zeigen, wie in der Arbeit von Journalisten mit dem Thema Tierwohl im Kontext landwirtschaftlicher Tierhaltung umgegangen wird und welche Rolle Medien-Frames dabei spielen. Die Untersuchung geht von Journalisten als entscheidenden Akteuren im Mediengeschehen aus. Als empirische Methode kommen Experteninterviews mit 19 Journalisten von überregionalen, regionalen und fachlichen Medien, verbunden mit einer qualitativ, strukturierenden Inhaltsanalyse zum Einsatz. Die Ergebnisse zeigen, dass die Herkunft und die Lebenswelt der Journalisten den Prozess des Framings beeinflussen. Großstädtisch lebende Journalisten der Allgemeinen Medien haben einen eher umfassend generalistischen Bezug zur landwirtschaftlichen Tierhaltung. Journalisten von Fachmedien sind hingegen stark in der landwirtschaftlichen Lebenswelt verwurzelt, verstehen sich als Ratgeber auf Augenhöhe und befinden sich in einem impliziten Bewertungskonsens mit ihrer Leserschaft. Journalisten kommt eine besondere Rolle als Strukturierungsinstanz des gesellschaftlichen und landwirtschaftlichen Diskurses zu. Mehr redaktionelle Diversität hinsichtlich der Lebenswelten von Journalisten würde die jeweils spezifische Sicht von Allgemein- und Fachmedien auf die landwirtschaftliche Tierhaltung erweitern. Redaktionelle Diversität könnte damit eine konstruktiv und lösungsorientierte Perspektive im gesellschaftlichen Diskurs zur Zukunft der landwirtschaftlichen Tierhaltung fördern.

Summary

Agricultural animal husbandry in the media -

A qualitative analysis of expert interviews with journalists from regional and national general and specialist media

General journalism and specialised journalism deal with animal husbandry in different ways. Media reporting is characterized by the use and development of media frames. The purpose of this study is to show how the topic of animal welfare is dealt with in journalistic work in the context of livestock farming and what role media frames play in this context. The study is based on journalists as key players in media. Expert interviews with 19 journalists from national, regional, and specialised media are used as empirical method in combination with structuring, qualitative content analysis. The results show that journalists' origin and living environment influence the process of framing. Journalists from

a metropolitan environment who write for the general media have a rather comprehensive, generalistic relation to livestock topics. Journalists from the specialised media, however, are firmly rooted in the world of agricultural life; they see themselves as advisors on equal terms and agree on an implicit value consensus with their readership. Journalists have a particular role to play in structuring social and agricultural discourse. Greater editorial diversity with regard to journalists' backgrounds would broaden the respective specific views of the general and specialised media on agricultural animal husbandry. Thus, editorial diversity could encourage a constructive and solution-oriented perspective for social dis-course on the future of agricultural animal husbandry.

Literatur

1. CHRISTOPH-SCHULZ, INKEN ET AL (2019) „SocialLab-Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft“ Abschlussbroschüre SocialLab-Konsortium, c/o Thünen-Institut für Marktanalyse, Braunschweig
2. DAHINDEN, URS (2006) Framing – eine integrative Theorie der Massenkommunikation, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz
3. DERNBACH, BEATRICE (2010) Die Vielfalt des Fachjournalismus – Eine systematische Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
4. EICKELKAMP, ANDREAS (2011) Der Nutzwertjournalismus – Herkunft, Funktionalität und Praxis eines Journalismustyps. Halem-Verlag, Köln S. 208
5. ENGELKE, KATHARINE M. (2018) Die journalistische Darstellung von Vertrauen, Misstrauen und Vertrauensproblemen im Kontext der Digitalisierung, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden
6. ISERMEYER, VOLKHARDT (2016) Landwirtschaft im Spannungsfeld zwischen Weltmarkt und kritischer Bevölkerung. Agrar-Europe, S. 8-16 am 22.02.2016, Länderberichte, Sonderbeilage s. 2)
7. JARREN, OTFRIED/WEßLER, HARTMUT (HRSG.) (2002) Journalismus – Medien – Öffentlichkeitsarbeit, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden
8. KEPPLINGER, MATHIAS (2002) Medien und Skandal, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Medienwissen Kompakt, 1. Auflage, Wiesbaden
9. LAMNEK, Siegfried (2010) Qualitative Sozialforschung. Belz, 5. Auflage, Basel
10. PARISER, ELI (2011) The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. Penguin Press, New York
11. POTTHOFF, Matthias (2012) Medienframes und ihre Entstehung, SV Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
12. SIMMEL, GEORG (2006) Die Großstädte und das Geistesleben, Edition Holzinger, 2. Auflage, Berlin
13. SCHEUFFELE, BERTRAM (2004) M&K 52 Framing Effekte auf dem Prüfstand M&K Medien und Kommunikation 1/2004, S. 30-55.
14. SZYSZKA, PETER; SCHMITZ, HARRIET (2006) Presse-/Medienarbeit für die Zielgruppe Fachmedien. In: Bentele, Günter; DFJV (Hrsg.): PR für Fachmedien, UVK-Verlag, Konstanz
15. WIRTH, LOUIS (1938) Urbanism as a way of life, The American Journal of Sociology, Nr. 44, 1-24.

16. WOLFRAM, BRÜMMER, MERGENTHALER (2018) „Das Bild der Nutztierhaltung in den Medien: Untersuchung von Medienframes“, 29. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie (ÖGA), Innsbruck, 19.-20. September 2019.

Online-Quellen

17. DFJV – DEUTSCHER FACHJOURNALISTEN-VERBAND (2019) Fach- Allround- und Wissenschaftsjournalismus: Eine Abgrenzung. <https://www.dfjv.de/beruf/journalismus-als-beruf/fachjournalismus> (zuletzt abgerufen am 24.09.2019)
18. KLÖCKNER, MARKUS (2017) Medien in der Filterblase: Interview mit Siegfried Weischenberg: "Das ist nicht nur eine Gefahr, sondern eine Tatsache" Telepolis: <https://www.heise.de/tp/features/Medien-in-der-Filterblase-Das-ist-nicht-nur-eine-Gefahr-sondern-eine-Tatsache-3830955.html?seite=all> (zuletzt abgerufen am 24.09.2019)
19. MITTERER, BRIGITTE (2013) Raumbezogene Lebensstile und Konsummuster – eine Annäherung an die Dorfbewohner des 21. Jahrhunderts https://opus.bibliothek.uni-wuerzburg.de/opus4-wuerzburg/frontdoor/deliver/index/docId/9811/file/Dissertation_Mitterer_Britte_Raumbezogene_Lbensstile.pdf (zuletzt abgerufen am 24.09.2019)
20. SCHÖNENBORN, JÖRG (2019) Raus aus den Blasen. <https://www.wochenblatt.com/landwirtschaft/nachrichten/raus-aus-den-blasen-11607173.html> (zuletzt abgerufen am 24.09.2019)
21. SINUS Institut (2017) Informationen zu den Sinus- Milieus 2017, https://www.sinus-institut.de/fileadmin/user_data/sinus-institut/Dokumente/downloadcenter/Sinus_Milieus/2017-01-01_Informationen_zu_den_Sinus-Milieus.pdf. (zuletzt abgerufen am 20.09.2019)
22. SJURTS, INSA (2019) Gabler Lexikon Medienwirtschaft. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/zeitung-52658> (zuletzt abgerufen am 24.09.2019)
23. SOBOCYNSKI, ADAM (2006) Medien Spezial: „Papa ist Beamter“ in: Die Zeit 5/2006 https://www.zeit.de/2006/05/Soboczynski_05 (Zuletzt abgerufen am 15.10.2019)
24. WEISCHENBERG, SIEGFRIED / MALIK, MAJA/ SCHOLL, ARMIN (2005) Journalismus in Deutschland -Zentrale Befunde der aktuellen Repräsentativbefragung deutscher Journalisten. Media-Perspektiven, Heft 5, in: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2006/artikel/journalismus-in-deutschland-2005/> (zuletzt abgerufen am 24. 09.2019).

Anschriften der Autoren

Christina Kothe (M. A.), Jenny Wolfram (M. A.) und Prof. Dr. Marcus Mergenthaler
Fachhochschule Südwestfalen, Fachbereich Agrarwirtschaft
Lübecker Ring 2,
59494 Soest
Email: kothe.christina@fh-swf.de (Hauptkontakt), mergenthaler.marcus@fh-swf.de

Danksagung

Ein Dank soll an dieser Stelle den engagierten Journalisten der Allgemein- und Fachmedien ausgesprochen werden, die sich für die Interviews Zeit genommen und Gedanken zu zentralen Fragestellungen dieser Arbeit gemacht haben. Dem Social-Lab-Konsortium gilt besonderer Dank, da durch die Forschungen von SocialLab I (Förderkennz. 2817203113) diese Analyse überhaupt entstehen konnte.