

6. Hochschulforum „Ökonomie und Innovation in der Agrar- und Ernährungswirtschaft“ virtuell am 06. Mai 2021

Thema: Einflussfaktoren auf den Erfolg eines Speed-Dating-Gesprächsformates zwischen Landwirt:innen und Bürger:innen

Autor*innen: Jessica Berkes, Marcus Mergenthaler

Abstract

Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es zu analysieren, worin sich erfolgreiche von weniger erfolgreichen Speed-Dating-Gesprächsformaten zwischen Landwirt:innen und Bürger:innen unterscheiden. In einem Speed-Dating-Format wurden kurze Gespräche zwischen Landwirt:innen und Bürger:innen organisiert. Die Speed-Datings fanden an vier neutralen, nicht öffentlichen und zuschauerfreien Orten im Juni und Juli 2019 in Nordrhein-Westfalen (NRW) statt. In fünf Gesprächsrunden wurde jeweils ein Thema aus dem Bereich Landwirtschaft und Ernährung diskutiert. Jede der 46 teilnehmenden Personen führte jeweils 5 Gespräche mit einer Person der anderen Gruppe. Daraus ergaben sich insgesamt 110 spezifische Themen-Personen-Konstellationen jeweils mit eine:r Landwirt:in und eine:r Bürger:in. Die teilnehmenden Personen saßen sich an einem Tisch direkt gegenüber. Die Gespräche dauerten durchschnittlich 14 Minuten. Nach jedem Gespräch wurden der Tisch und die Person gewechselt. Alle Gespräche wurden als Audioaufzeichnung dokumentiert. Gesprächsanteile, die Anzahl der Interaktionen sowie der sachlichen und persönlichen Aussagen wurde für jedes Gespräch aus einer quantitativen Inhaltsanalyse der aufgezeichneten Gespräche extrahiert. Einstellungen wurden über eine endpunktbenannte Analog-Skala gemessen, bevor die Personen zum Dialog kamen und vier Monate nach der Teilnahme in einer Finalbefragung. In der Finalbefragung wurden ebenfalls verschiedene Wirkungen der Gespräche erfragt. Diese Information wird genutzt, um die Einzelgespräche in erfolgreichere und weniger erfolgreiche Gespräche zu gruppieren. Diese beiden Gruppen werden im Hinblick auf Gesprächsvariablen wie Gesprächsanteile, Anzahl der sachlichen und persönlichen Aussagen und Interaktionen verglichen. Außerdem wird analysiert inwiefern sozio-demographische Merkmale der Personen Einfluss auf den Erfolg des Formats haben. Als dritter Bereich wird untersucht inwiefern Big5-Persönlichkeitsmerkmale der teilnehmenden Personen den Erfolg der Gespräche bedingen. Es wird erwartet, dass verschiedene Faktoren unterschiedlichen Einfluss auf verschiedene Dimensionen des Erfolgs nehmen. Aus den erwarteten Ergebnissen können Empfehlungen zur zukünftigen Gestaltung von ähnlichen Gesprächsformaten abgeleitet werden.