

# Vertrauen in Medienmarken und Einstellungsänderungen zur landwirtschaftlichen Tierhaltung: Eine verknüpfende Analyse von Daten aus einer Panelbefragung und einer Medieninhaltsanalyse

Marcus Mergenthaler, Bea Bardusch, Anna Schulze Walgern, Iris Schröter

Fachhochschule Südwestfalen, Fachbereich Agrarwirtschaft, Lübecker Ring 2, 59494 Soest

## Hintergrund und Zielsetzung:

- Gesellschaftliche Akzeptanz der landwirtschaftlichen Tierhaltung wird zunehmend durch öffentliche Diskurse zu Tierwohl, Umwelt und Ethik geprägt; Medien spielen dabei eine zentrale Rolle als Vermittler von Wahrnehmungen.
- Bisherige Forschung analysiert vor allem Medieninhalte, verknüpft diese jedoch nicht mit Einstellungsänderungen.
- Empirische Evidenz zu kausalen Medieneffekten im Bereich Tierhaltung, insbesondere auf Basis longitudinaler Daten und unter Berücksichtigung von Medienvertrauen, ist bislang begrenzt.
- Ziel der Studie ist es, zu untersuchen, ob und in welchem Ausmaß vertrauensgewichtete Medienexposition (Frames, Tonalität, politische Ausrichtung, Realismus) Einstellungsänderungen zur Tierhaltung im Zeitverlauf erklärt.



**Ziele**

**Einstellungsänderungen zur landwirtschaftlichen Tierhaltung zwischen 2021 und 2022 auf individueller Ebene zu erfassen**

**Medieninhalte nationaler deutscher Leitmedien mit individuellen Vertrauensprofilen der Befragten zu verknüpfen**

**Zu prüfen, ob vertrauensgewichtete Medienexposition durch Frames, Tonalität, politische Ausrichtung und Realismus Einstellungsänderungen erklärt.**

## Daten und Methoden

- Zwei-Wellen-Panelbefragung mit 1.800 identischen Befragten in Deutschland zwischen 2021 und 2022.
- Systematische Inhaltsanalyse von 716 Artikeln aus neun nationalen deutschen Printmedien.
- Kodierung der Medienbeiträge nach Frames, Tonalität und 17 Themen zur landwirtschaftlichen Tierhaltung.
- Verknüpfung von Medieninhalten und Befragungsdaten über individuell gewichtetes Vertrauen in einzelne Medienmarken.
- Hierarchische lagged-dependent-variable Regressionen zur Erklärung von Einstellungsänderungen gegenüber landwirtschaftlicher Tierhaltung.

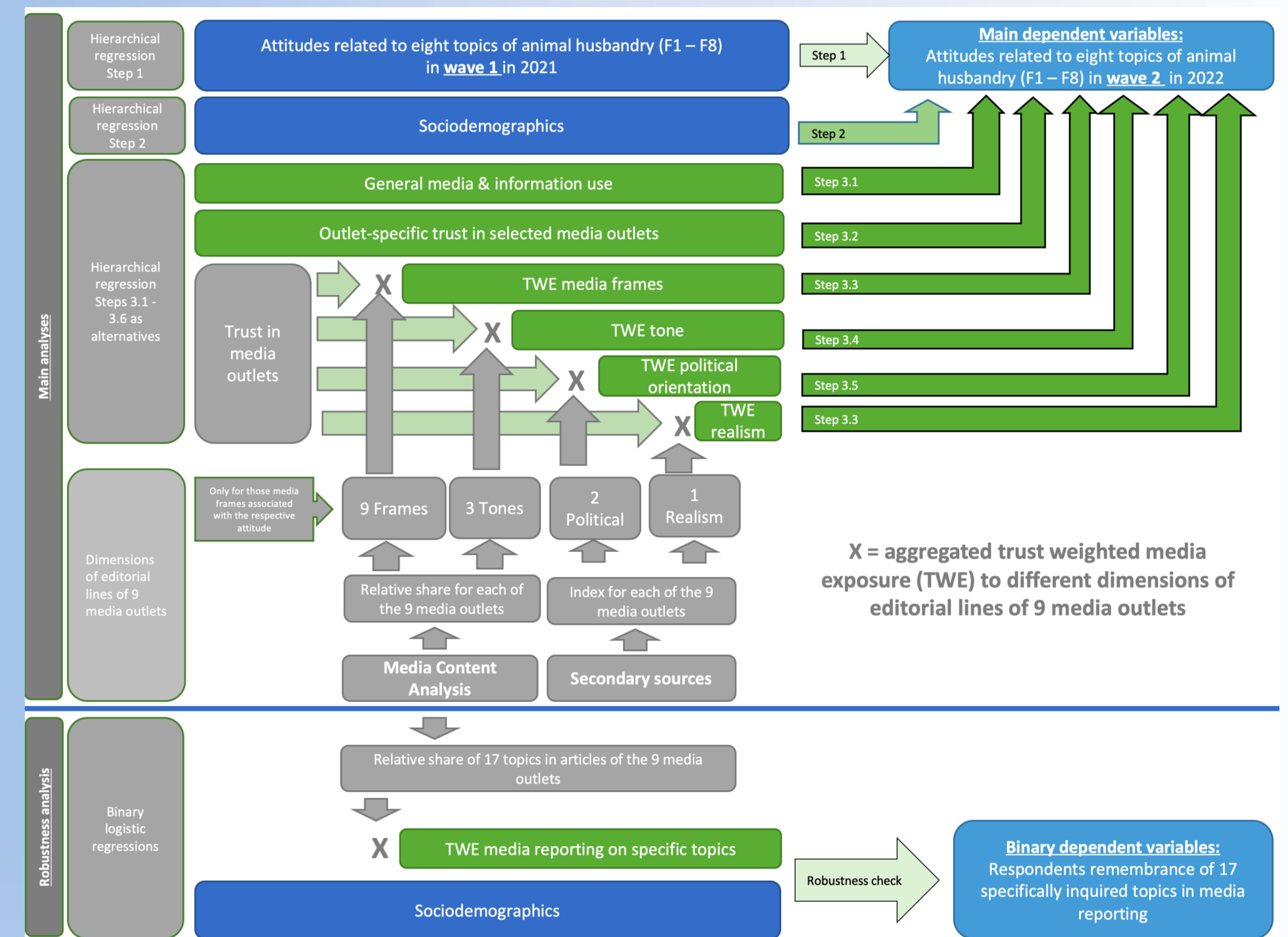


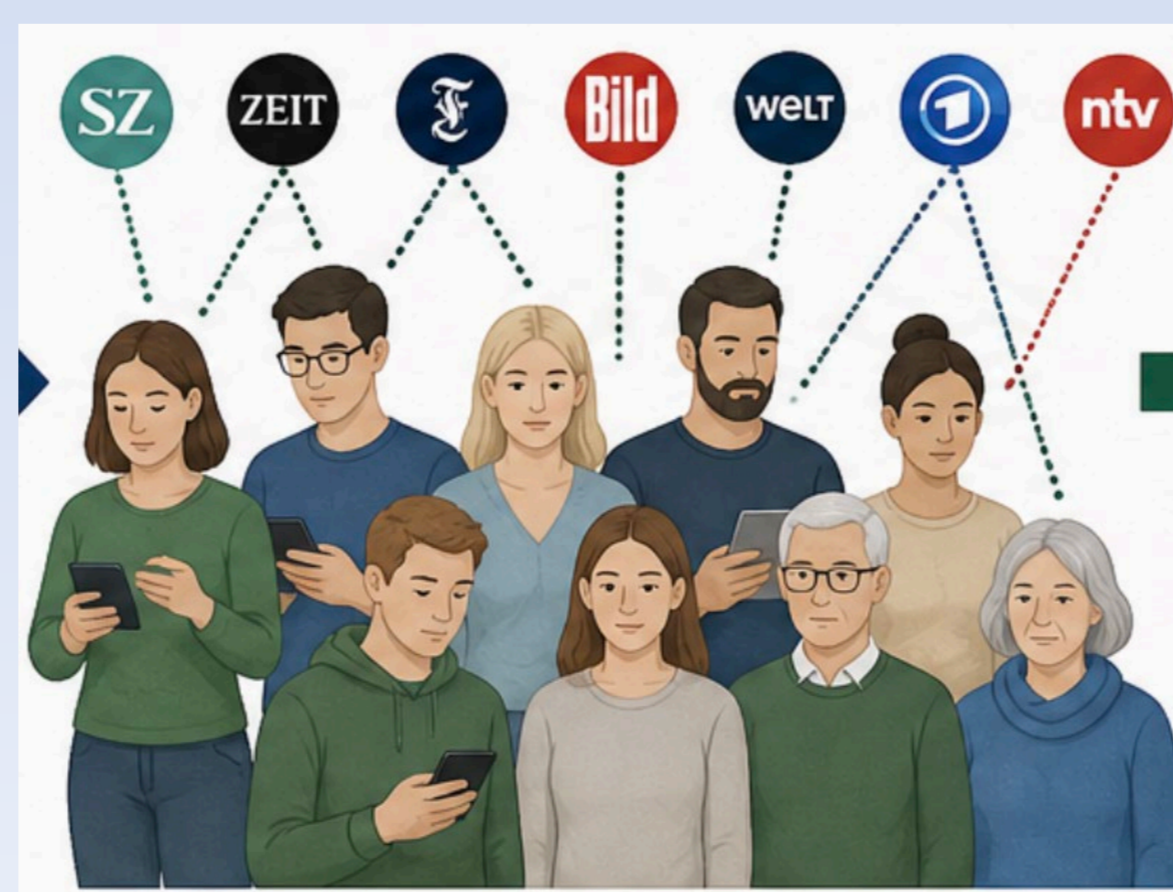
Abb. 1: Konzeptioneller, methodischer Rahmen

### Einstellungsänderungen im Panel:

- ✓ Die mittleren Einstellungsänderungen zwischen 2021 und 2022 waren insgesamt klein; auf individueller Ebene gab es jedoch deutlich stärkere Bewegungen.
- ✓ 6 von 8 Einstellungsstrukturen veränderten sich signifikant. Die stärksten Veränderungen betrafen Einstellungen zu Innovationen, negative Auswirkungen, Kritik und Machtlosigkeit der Verbraucher:innen. Nicht veränderte sich Verharmlosung und Politikverdrossenheit.
- ✓ Die Einstellungen aus 2021 blieben die wichtigsten Prädiktoren für die Einstellungen 2022.
- ✓ Soziodemografische Merkmale erklärten nur geringe zusätzliche Varianz; Ernährungsmuster zeigten die konsistentesten Effekte.
- ✓ Die Ergebnisse sprechen daher nicht für starke kurzfristige Meinungsumschwünge, sondern für selektive, individuelle Einstellungsverschiebungen.

### Zentrale Ergebnisse

Bezogen auf Einstellungen zur landwirtschaftlichen Tierhaltung



### Einfluss der Medienberichterstattung:

- ✓ Vertrauensgewichtete Medienexposition erklärte teilweise kleine, aber statistisch nachweisbare Einstellungsänderungen.
- ✓ Einzelne Medienmarken kaum mit Einfluss außer ein Boulevard-Medium.
- ✓ Positive Tonalität führt zu mehr Offenheit für Innovationen, zu mehr kritischer Auseinandersetzung, zu geringerer Verharmlosung, zu weniger Politikverdrossenheit und zu weniger wahrgenommener Verbrauchermachtlosigkeit.
- ✓ Negative Tonalität zeigt weniger konsistente Effekte, ist aber mit stärkerer Politikverdrossenheit verbunden.
- ✓ Vertrauen in tendenziell autoritär-konservative Medien führt zu weniger Kritik, zu geringerer Innovationsoffenheit, zu weniger Sorge über negative Auswirkungen und zu stärkerer Politikverdrossenheit.
- ✓ Framing-Effekte sehr selektiv: Tierwohl-, Umwelt- und Politik-Frames beeinflussten vor allem Problemwahrnehmung, Kritik und Politikverdrossenheit.

**Begrenzte Medieneffekte**

- kurzfristig schwach
- statistisch signifikant
- differenziert nach Dimensionen

**Individuelle Dynamik**

- hohe Varianz
- heterogene Reaktionen
- selektive Einstellungsverschiebungen

**Rolle von Vertrauen**

- zentrale Moderation
- gewichtete Exposition
- eher Tonalität als Medienmarken

**Inhaltliche Differenzierung**

- Frames
- politische Linien
- realitätsbezogene Wahrnehmung