

# LandwirtInnen im Netz

## Hate Speech & Kommunikationsstrategien



Dr. Christian Dürnberger

**messerli**  
Forschungsinstitut

**vetmeduni**  
vienna 

# LandwirtInnen im Netz

## Hate Speech & Kommunikationsstrategien



Dr. Christian Dürnberger

**messerli**  
Forschungsinstitut

**vetmeduni**  
vienna 

# Landwirtschaft ist umstritten

---

Wunsch nach billigen, sicheren  
Lebensmitteln VerbraucherIn

Wachsende Ansprüche rund um Tier-,  
Umwelt- und Klimaschutz

Sehnsucht nach "ursprünglicher"  
Bilderbuchlandwirtschaft

Aber... es fehlt an Geld.

Emotionale Kontroversen  
(z.B. Dürfen wir überhaupt Tiere halten, um  
sie zu essen?)

# Die Landwirtschaft fühlt sich inmitten dieser Debatten missverstanden und an den Pranger gestellt



Bild: [guido4518/Twitter](#)

Vor diesem Hintergrund wird die  
Forderung lauter:

## Mehr Kommunikation!\*

Entfremdung überbrücken.

Dialog fördern.

**"Neue" Zielsetzung:** Mehr direkte  
Kommunikation zwischen

**BürgerIn**

**LandwirtIn**

Einfach



Großes Publikum

Kostenlos

Hoffnung:  
Mehr Kommunikation =  
mehr Akzeptanz (?)

# Studie

---

Nutztierhaltende LandwirtInnen  
im deutschsprachigen Raum, die  
via Facebook-Business-Site ihren  
Betrieb präsentieren und über ihre  
Arbeit kommunizieren.

Motive

Erfahrungen

# Paper

---

**Dürnberger, Christian (2019): ‘You should be slaughtered!’ Experiences of criticism/hate speech, motives and strategies among German-speaking livestock farmers using social media.**

International Journal of Livestock Production, 10(5),  
151-165.

**Open Access**

Interview auf [Biorama.eu](http://Biorama.eu)

# Wen wollen die LandwirtInnen im Netz erreichen?

---

(a) KundInnen

(b) "die Gesellschaft"

(c) Persönliches Umfeld

(d) KollegInnen

# Ziele der Kommunikation?

---

(a) Einkommen steigern

(b) Bewusstsein fördern über LW und  
Lebensmittel

(c) Deutungshoheit zurückgewinnen in  
Diskursen über LW

(d) Wissen steigern – und damit Akzeptanz erhöhen


# Rein ökonomische Motive?

---

Es geht nicht nur um ökonomische Aspekte - sondern auch um

- **Akzeptanz und Wertschätzung**
- **Aufklärung über LW**

Eventuell auch auf Kosten der Ökonomie



Jeder Verbraucher soll "wissen, was mit Tieren passiert und dann entscheiden, ob er oder sie Fleisch isst. Wenn dadurch weniger Fleisch konsumiert wird, ist das so."

Inwieweit  
erleben die  
LandwirtInnen  
im Netz auch

# Kritik?

„Es kommt vor, dass unsere landwirtschaftliche Arbeit in den Kommentaren oder per Nachrichten (teilweise heftig) kritisiert wird.“

<b>Ich stimme voll und ganz zu</b>	<b>Ich stimme zu</b>	<b>Ich stimme eher zu</b>	<b>Ich stimme eher nicht zu</b>	<b>Ich stimme nicht zu</b>	<b>Ich stimme überhaupt nicht zu</b>
9,09%	25,45%	12,73%	25,45%	20,00%	7,27%

arithmetic mean  $\emptyset$ : 3,44; standard deviation: 1,48

n: 55

# Was wird kritisiert?

---

Im Fokus: **Nutztierhaltung per se**

Und nicht, beispielsweise,  
bestimmte Praktiken

Der Kritik geht es vor allem  
**"um die Tierhaltung an sich."**

Kritisiert wird vor allem **"warum  
man überhaupt auf die Idee  
kommt Vieh zur Schlachtung  
aufzuziehen."**

Was sind typische bzw. die schlimmsten Beschimpfungen, denen die LandwirtInnen auf Facebook ausgesetzt sind?

Bereit?

„Mörder“; „Tierquäler, Ausbeuter, Krimineller“;  
„Dummkopf“; „Brunnenvergifter, Ausbeuter“,  
„Vergewaltiger, Massenmörder“,  
„Subventionensozialschmarotzer, dummer  
Bauerntrampel“.

Immer wieder genannt wurden „Holocaustvergleiche“.  
Die Landwirte seien wie „KZ-Aufseher“; es kommen  
„Vergleiche mit dem Hitler Regime“.

„Ihr seid die erbärmlichsten dreckwichser die es gibt....  
nur terroristen stehen im gleichen rang.... ihr scheiß  
untermenschen!!! lebewesen misshandelt und noch so  
tun als ob es normal ist friss deine scheiße du  
misthaufen!!!“

„Mir wurde vorgeworfen empathielos und eine schlechte Mutter zu sein, weil ich Kühe habe und ihnen die ‚Babys‘ wegnehme.“

Die Landwirte seien „der größte Abschaum der rumläuft, man sollte sie an die Wand stellen.“

„Du gehörst selber in die Käfige gesperrt“.

„Menschen wie mir sollten die Kinder entzogen werden.“

„Meine Kinder sollen auch gebraten werden – mit Foto meiner Kinder.“

Die „Kinder sollen an Krebs verrecken.“

Die „schlimmsten Kommentare sind welche, die unsere Kinder angreifen – sie wünschen unseren Kindern, den ‚Kackbratzen‘ eine furchtbare und unheilbare Krankheit und dann einen langen und qualvollen Tod.“

„Euch sollte man schlachten, euch sollte man die Haut abziehen, das Haus anstecken, die Kinder schlachten etc etc.“

# Eine Conclusio der Studie

---

Die Studie erlaubt die These, dass  
nutztierhaltende LandwirtInnen - aufgrund ihres  
Berufs - im Netz teilweise  
**"Hate speech"** ausgesetzt sind.

Man kann das freilich relativieren

Trolle?

"Wer ist denn heute  
NICHT Hate Speech im  
Netz ausgesetzt?"

**Dennoch:  
LandwirtInnen müssen einen  
Umgang damit finden**



**Aber man muss auch  
schon davor ansetzen**



Prinzipiell gilt:

1. Auf Hasspostings keinesfalls aus der ersten Emotion heraus antworten.
2. Hasspostings nicht löschen, sondern dokumentieren.
3. Professionelle Beratung holen - wenn notwendig auch rechtlich.

Kommunikationsexpertin Claudia Zinner.

*Und bei alledem den Humor nicht verlieren!*

LandwirtInnen schlicht zu "**Mehr Social Media**" zu raten, sie technisch darin zu schulen... und sie dann mit den Erfahrungen alleine zu lassen, ist nicht zielführend.

---

LandwirtInnen explizit darauf vorbereiten, dass sie einen Job haben, der teilweise extrem kritisch gesehen wird.

**Gesellschaftliche Kritik als  
essentieller Teil des Berufs - und  
Umgang damit als Teil des  
Kompetenzprofils**

*Wie würden Sie Landwirtschaft malen?*

"Radikaler" Kritik ≠ Hate Speech

*Auf "radikale" Kritik sollte ich Antworten  
finden können*

**Beispiel**

Warum ist es für Sie  
moralisch rechtfertigbar,  
Tiere zu nutzen und zu  
schlachten?

*Landwirte müssen darum wissen, wie sehr  
durchschnittliche BürgerInnen der  
Landwirtschaft entfremdet sind*

# Der Konsument ist der Landwirtschaft entfremdet

Landwirte  
Entspannt

Beispiel 1:  
Liegende Tiere

Verbraucher  
Krank

Fast 80% der Landwirte gaben (bei der offenen Frage zum Bild) an, dass die Tiere spielen.

Beispiel 2:



Verbraucher können das Bild nur schwer einordnen. (Nur 30% = Spielen)

Busch, G., Gaulty, S., Spiller, A.: Wie wirken Bilder aus der modernen Tierhaltung der Landwirtschaft auf Verbraucher? Neue Ansätze aus dem Bereich des Neuromarketings

Konsequenzen aus dieser Studie?



# Was führt zu Vertrauen?

Werte realisieren, die anderen wichtig sind

"Wahrhafte" Kommunikation

("Was ich sage, muss stimmen")

Langfristigkeit

Probleme nicht kaschieren

(Nichts erhöht die Glaubwürdigkeit mehr, als wenn jemand über Schwierigkeiten spricht)

Dialog führen und Ernst nehmen

(Nicht "Dumme Gesellschaft belehren"  
wollen)

Direkte Kommunikation zwischen  
Bauer und Bürger nicht  
unterschätzen...

*Sie ist kein Selbstläufer, aber  
WENN sie gelingt...*

Landwirte allgemein....

... arbeiten hart.

83%

... verstehen etwas von ihrem Beruf

71%

Landwirte, die ich kenne...

... verstehen etwas von ihrem Beruf

90%

Quelle: Allensbacher Archiv, ifD-Umfrage,  
Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

# These

## Weitere Ausdifferenzierung der KonsumentInnen

Viel Fleisch,  
Hauptsache  
billig!



Unterwegs esse ich  
alles\*, Hauptsache  
schnell, daheim  
bewusst wenig und  
teures Fleisch!



Fleisch?  
Unmoralisch!



Das bedeutet...



\* Megatrend: Außer-Haus-Verzehr

Das bedeutet:

Wir brauchen nicht nur  
Fachdiskurse, wie  
Landwirtschaft betrieben  
werden soll.

Wir brauchen auch eine Debatte darüber,  
welche partizipativen, demokratischen  
Kommunikationsprozesse geeignet sind, um  
mit Dissens umzugehen.

So wie es jetzt ist, ist es suboptimal  
(eine "Zuspitzung")



"Schweigende", "blinde"

# Mehrheit

muss aktiviert werden



Wünscht sich andere  
Nutztierhaltung bzw.  
Abschaffung



Und die angesprochenen  
Konflikte?

*Landwirtschaft liegt  
im Brennpunkt  
der modernen Gesellschaft.*



- Verantwortungsvolle Aufgabe
  - Aufgabe für Experten
  - Ein Thema, um das es sich zu streiten lohnt.



# LandwirtInnen im Netz

## Hate Speech & Kommunikationsstrategien



Dr. Christian Dürnberger

**messerli**  
Forschungsinstitut

**vetmeduni**  
vienna 