

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
Teil I – Die Agrar- und Ernährungswirtschaft in den Medien	19
I.1 The Discourse on Farm Animal Welfare in German Print Media.....	19
Teil II – Bürger- und Verbraucherorientierung der Fleischwirtschaft	41
II.1 Transparent Communication of Information about Pork Production – Who is going to listen? Results of an Empirical Inquiry of Citizens in Germany	41
II.2 Informationsinteresse an Prozessattributen der Schweinefleischerzeugung – Eine empirische Studie auf Basis der Information-Display-Matrix.....	67
Teil III – Stakeholderorientierung deutscher Landwirte	85
III.1 Under Pressure – Wie nehmen Landwirtinnen und Landwirte in Deutschland externe Stakeholder wahr?	85
Teil IV – Stakeholderorientierte Kommunikationskonzepte	95
IV.1 Konflikte um die Nutztierhaltung: Gesellschaftsorientierte Kommunikationsstrategien der Agrar- und Ernährungswirtschaft.....	95
IV.2 Öffentlichkeitsorientierte Kommunikation im Falle eines Lebensmittelskandals	121
IV.3 Die Wirkung von geführten Stallbesichtigungen auf Bürger – eine Fallstudie auf nordwestdeutschen Schweinemastbetrieben	133
Teil V – Exkurs: Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse	153
V.1 Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse im Jahr 2015	153
V.2 Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse im Jahr 2016	195
Resümee und Ausblick	231
Danksagung	241