

SÖNKE HAUSCHILD

Bauern in Bewegung



Wie entwaffnende
Kampagnen funktionieren





Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
1. Nichtstun ist keine Option!	6
2. Bauern sind super!	7
3. Verbraucher und Bürger in einem	11
4. Der Sieg der Klatschpresse	15
5. Landwirte sind äußerst vertrauenswürdig	19
6. Campaigning	25
7. Entwaffnende Kampagnen	30
8. Stallsicherheit	39
9. Zu guter Letzt	41
10. Quellen	43

Impressum

„Bauern in Bewegung – Wie entwaffnende Kampagnen funktionieren“

Herausgeber:

Bauernverband Schleswig-Holstein e.V.
Grüner Kamp 19-21
24768 Rendsburg
Autor: Sönke Hauschild

Layout, Satz: Bartosz Rittmann

Druck: www.flyeralarm.com

Auflage: 5.000

Erscheinungsdatum: Februar 2018

Schutzgebühr: 3 Euro

Bildnachweis: S. 1: Designed by bearfotos/Freepik, S. 1, 2, 25, 26, 27, 37, 41: Sönke Hauschild; S. 5: Kirsten Müller; S. 26: Sönke Schmidt; S. 8, 9, 10, 43: Comics – Kim Schmidt; S. 11: Brigitte Wenzel; S. 15: Dietrich Pritschau; S. 23, 28, 33: H Dietrich Habbe; S. 30: Webcam; S. 31: Ulrike Baer; S. 4: DLG; S. 12, 18, 24, 29, 35: privat; S. 13: Tierärzte ohne Grenzen; S. 32: Bauernverband; S. 33: Bauernblatt

Vorwort



Spätestens nach der Glyphosat-Debatte und Morddrohungen gegen einen sachlich entscheidenden Minister sollte klar sein, dass es schon lange nicht mehr um ein Pflanzenschutzmittel geht. Es geht um das Geschäft mit der Agrarkritik, das den Beteiligten eine hervorragende Rendite verspricht – wirtschaftlich und politisch und auf Kosten der Landwirte.

Aber was hilft es uns, die Schuldigen zu suchen? Während wir noch unsere Produktionsmethoden rechtfertigen, schleicht schon der nächste Aktivist mit der Kamera durch den Stall – in der Gewissheit, einen Aufschrei des Entsetzens in der Öffentlichkeit zu ernten. Diese Öffentlichkeit müssen wir von der Nachhaltigkeit unseres Wirtschaftens überzeugen, denn nur dann werden die Botschaften der Kritiker hinterfragt und mit einem realistischen Bild der modernen Landwirtschaft abgeglichen.

Das Vertrauen der Gesellschaft entsteht aber nicht von alleine. Es bleibt uns nichts anderes

übrig, als den beschwerlichen Weg des Neuaufbaus eines Bildes der modernen Landwirtschaft zu gehen. Dazu müssen wir unsere Produktionsmethoden auf den Prüfstand stellen, auch bezüglich ihrer Auswirkungen auf Umwelt und Tier. Dabei kommen mit Sicherheit Baustellen zum Vorschein – sei es die Nährstoffbilanz beim Stickstoff oder die Artenvielfalt auf dem Acker. Wir müssen Verfahren so weiterentwickeln, dass negative Auswirkungen auf ein unbedingt notwendiges Maß vermindert werden.

Dazu darf das Ordnungsrecht nicht die einzige Richtschnur sein. Erst wenn wir auch auf einige chemische Behandlungen verzichten, obwohl sie erlaubt sind, machen wir deutlich, dass es uns mit dem integrierten Pflanzenschutz wirklich ernst ist. Vieles von dem, was wir mit Chemie lösen, kann auch mit anderen Methoden angegangen werden. Ein gut gefüllter Werkzeugkasten dafür ist vorhanden.

Um das Bild einer zukunftsfähigen Landwirtschaft zu zeigen, müssen wir den Erfolg unserer Veränderungen messbar machen durch Indikatoren, die Auswirkungen auf die Ökosysteme bewerten. Zum neuen Bild der Landwirtschaft gehört es, die Kommunikation anderer zu hinterfragen und die eigenen Stärken richtig darzustellen. Die moderne Landwirtschaft muss, gerade weil sie sich so schnell entwickelt, erklärt werden.

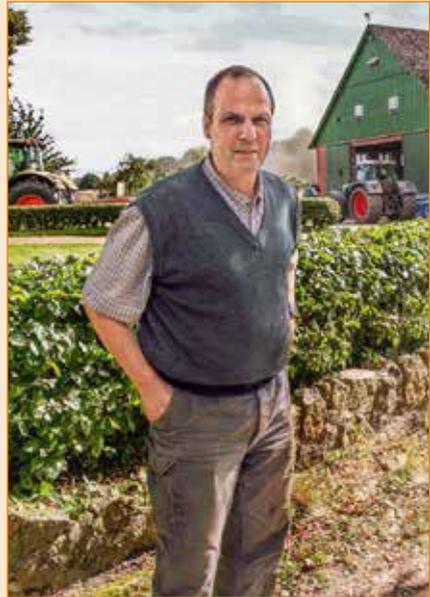
Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der gemeinsamen Aufgabe, unsere Betriebe in eine moderne und nachhaltige Zukunft zu führen.

Hubertus Paetow
Vizepräsident DLG

Früher galt das Wort: „Wer ohne Schuld ist, der werfe den ersten Stein.“ Heute scheint dies abgelöst zu sein durch einen Wettbewerb, wer nicht nur den ersten, sondern möglichst viele Steine wirft. Das beobachte ich in Bezug auf landwirtschaftliche Themen, aber auch darüber hinaus. Doch was macht dies mit uns als Gesellschaft, wenn Fakten nicht mehr die Basis der Diskussion sind und das Ziel nicht in Verbesserungen, sondern im Sieg der eigenen Ansicht besteht? Ich wehre mich auch als Bürger gegen diese Entwicklung.

Doch wie geht man dagegen an – denn das müssen wir als Landwirte und als Gesellschaft –, ohne zu denselben Mitteln zu greifen? Wir fassen dies unter dem Begriff der „entwaffnenden Kampagne“. Unser Ziel ist das Gespräch auf Augenhöhe. Wer miteinander spricht, der sieht im anderen einen (kritischen) Partner. Dazu ist es notwendig, dass auch unser Gegenüber die Waffe der Negativkampagne ablegt. Diese Waffe ist ein verlockendes, weil erfolgreiches Instrument und wird deshalb von vielen Organisationen weidlich genutzt. Wir aber wollen überzeugen mit dem Dreiklang „offen – echt – ehrlich“. Das ist entwaffnend. Das kommt den Bauern entgegen. Das wird Erfolg haben, denn es baut Vertrauen neu auf. Wir möchten nicht den mahnenden Zeigefinger erheben, sondern darauf hinweisen, dass wir selber „Veränderung gestalten“, wie wir es mit unserem Positionspapier getan haben. Vor allem aber möchte wir den Bürger motivieren, sich wieder eigene Gedanken über uns zu machen.

Ich weiß aus eigener Erfahrung, dass dies ein schweres und langatmiges Unterfangen ist. Doch darf uns nichts davon abhalten. Die Akzeptanz der Landwirtschaft von mor-



gen hängt an der gesellschaftlichen Stimmung von heute. Es bringt wenig, wenn man morgen nach der klassischen Landwirtschaft ruft, die Höfe aber aus Frust längst dichtgemacht sind. Genau das möchte ich verhindern, denn Landwirtschaft bleibt einer der wertvollsten Berufe auf der Erde! Es lohnt sich, dafür Einsatz zu zeigen: gemeinsam! Machen Sie mit?

Werner Schwarz
Bauernverband SH

1. Nichtstun ist keine Option!

Nichts kommt derzeit so an wie einfache Antworten auf komplexe Zusammenhänge. Dieser Versuchung erliegen Politiker ebenso wie Medien oder Nichtregierungsorganisationen. Einfache Antworten sind aufmerksamkeitsstark, selbsterklärend, einfach zu merken und nur langatmig zu widerlegen. Das größte Manko einfacher Antworten: Sie sind meistens falsch. Die geschliffene Waffe trifft mit tödlicher Sicherheit – den falschen Gegner. Unsere Landwirtschaft leidet unter einfachen Antworten auf simple Vorwürfe. Ein Körnchen Wahrheit reicht, um die ganze Aussage zu legitimieren. Frei nach dem Motto: Je hohler das Schlagwort, desto mehr Lärm kann man damit erzeugen.

Doch es trifft nicht nur Landwirte. Auch die deutsche Autoindustrie steht am Pranger. Dieselskandal, falsche Verbrauchswerte, zu viel Feinstaub. Die Deutsche Umwelthilfe hatte im Sommer 2017 ein leichtes Spiel, den mächtigsten Wirtschaftszweig Deutschlands an die moralische Wand zu fahren. Der alternativlose Dreiklang lautete: Betrug! Buße! Besserung! Aber wie kam es dazu? Die Autoindustrie hatte weit vorher einen entscheidenden Fehler gemacht: Mit immer tieferen Verbeugungen dem Zeitgeist gegenüber wurde jede neue Regulierung abgenickt. Manager scheuten eine kontroverse öffentliche Diskussion und drehten lieber an weniger augenfälligen Schrauben. Das aktuelle Dilemma der Autoindustrie resultiert vorrangig aus einer Diskussionsverweigerung. Man hatte und hat gute Argumente, aber keiner erhob seine Stimme, um zu erklären, was technisch geht oder eben (noch nicht) geht. Dies sollte ein Warnsignal an die deutsche Landwirtschaft sein: Wenn wir uns nicht erklären, tun es andere! Leider nicht immer für uns, sondern gegen uns.

Angstindustrie

Ludger Weiß nennt es die „Angstindustrie“: Umweltschutzbewegungen haben erfolgreich das Bewusstsein für die Gefahr giftiger Substanzen geschärft. Zahlreiche Insektizide und Fungizide sind heute verboten. Ähnliches ist in der Tierhaltung zu beobachten, die immer besser wird: weniger Antibiotika, bessere Leistungen, mehr Tierwohl. Doch ist Erfolg tendenziell gefährlich für die Zukunft solcher Bewegungen: Große Fortschritte im Klima-, Umwelt- oder Tierschutz bedrohen am Ende die eigene Geschäftsgrundlage. Werden Greenpeace und der Tierschutzbund, Nabu oder BUND also irgendwann ein Schild an die Tür hängen: „Wegen Erfolg geschlossen“? Sicher nicht. Sie weichen vielmehr auf die emotionale Schiene aus.

Essen ist laut Weiß heute mit Angst besetzt, Angst, die geschürt wird, um Spenden zu erhalten. Nur Angst um die Gesundheit sei „kampagnenfähig“, wurde Weiß schon Ende der 1990er Jahre von Greenpeace erklärt. Angst öffne das Portemonnaie. Weiß warnt: Bislang habe die Produktivität der Landwirtschaft nicht darunter gelitten. Die Lebenserwartung der Menschen steige von Jahr zu Jahr. Doch seien wir auf dem besten Wege, diese Errungenschaften in Gefahr zu bringen. „Obwohl unsere Nahrung noch nie so reichhaltig und hochwertig war, ist die Furcht vor falscher Ernährung so groß wie nie zuvor.“ Menschen fürchten sich vor den falschen Dingen. Nicht Pestizide oder Gentechnik, sondern Pflanzenkrankheiten und Schädlinge bedrohen unsere Nahrung.

Diese Angst wäre nach Ansicht von Weiß nicht tragisch, wenn mangelnder Sachverstand nicht zu Verboten und Gesetzen führen würde, die den Bauern zunehmend der Mittel berauben,

unsere Nahrung vor Krankheiten oder Schädlingen und der Konkurrenz auf dem Acker zu schützen. Die Folgen sind absehbar negativ. Doch die Frage ist: Wie verhindern wir dies?

2. Bauern sind super!

Sie sind Bauer/Bäuerin. In jeder Umfrage schneiden Sie super ab. Man vertraut Ihnen. Ihnen! Und das seit Jahrzehnten! Doch warum klappt es dann einfach nicht mit den Bürgern? Warum glauben sie Ihnen nicht, dass Sie alles tun, damit es Ihren Tieren gut geht, das Trinkwasser sauber bleibt und Ihre Nachbarn gesund?

Unsere Landwirtschaft ist heute ein öffentlicher Diskussionsgegenstand. Diese Diskussion wird beherrscht von Kampfbegriffen: Massentierhaltung, Pestizide, Agrarfabriken, Giftmischer, Tierquälerei – fällt Ihnen noch etwas ein? Es



Darüber soll diese Broschüre aufklären. Nichtstun, sich der Diskussion zu verweigern sind keine Optionen. Wir haben dazu den Weg der „Entwaffnenden Kampagne“ entwickelt.

scheint, als ginge vor allem der Tierhalter jeden Morgen in den Stall, um seine Tiere zu quälen, ihnen unfreiwillige Höchstleistungen abzupressen, sie in den Sklavendienst seines Profits zu zwingen. Ein ganzer Berufszweig, dessen Erzeugnisse täglich Verwendung finden, wird verdächtigt, chronisch an der Grenze des Legalen zu arbeiten.

Zugleich aber schaffen es Alternativen wie die ökologische Erzeugung nur mit massiver staatlicher Förderung und quälend langsam, ihre Nische auszudehnen. Der Markt ist absolut preisorientiert, die Meinung aber mit hohen moralischen Ansprüchen gespickt. Doch billig man unserer Landwirtschaft nicht mehr zu, diesen moralischen Anspruch zu verwirklichen. Warum?

Früher war alles besser!

Ein Grund dafür ist sicherlich, dass die scheinbare bäuerliche Idylle der Vergangenheit einem modernen Wirtschaftszweig gewichen ist. Allerdings: Wenn 1960 acht Mastschweine auf einem landwirtschaftlichen Betrieb gehalten wurden, erscheint uns das heute idyllisch. Das war es aber nicht. Damals war dies Stand der Technik, also hochmodern.

Ein weiterer Grund ist, dass sich der Bürger der Landwirtschaft entfremdet hat. Welcher Bürger kennt denn noch einen Bauern seines Vertrauens?

Die Wirklichkeit der Intensivlandwirtschaft heute konkurriert nicht mit der Wirklichkeit der Landwirtschaft vor hundert Jahren. Sie kon-

kurriert mit agrarromantischen Vorstellungen darüber: Goldgelbes Stroh im Stall konkurriert mit grauem Betonboden. Und der Bürger fragt: „Wann wird es endlich wieder so, wie es nie wirklich war?“ Es ist der Wunsch nach einer Welt, die es so nie gab.

Wer erklärt uns die Welt?

Und es wird auch nie so werden. Grauer Beton ist ja nicht in den Stall gekommen, weil er den Bauern optisch besser gefallen hätte. Betonspalten haben den großen Vorteil, Tier und Kot zu trennen – ein gesundheitlicher Quantensprung für die Tiere, eine große Arbeitserleichterung für den Menschen. Unsere Landwirtschaft ist heute besser zu Tier und Mensch, Boden und Wasser, Luft und Klima, als sie es je zuvor war. Und unsere Bauern werden in 20 Jahren noch nachhaltiger wirtschaften. Doch nur einer kann es dem Bürger erklären. Nur einer kann die Meinung drehen: der Bauer, die Bäuerin.

Wenn also die Lösung so einfach ist, warum will es einfach nicht funktionieren? Es hat etwas mit den echten Typen zu tun. Bauern sind knorrig, aber schwierig, stark, aber stur. Kämpferisch, aber oft von vornherein auf verlorenem Posten. Oft stehen wir uns selbst im Weg. Deshalb wird es Zeit, dass wir uns mit uns selbst befassen: „Wie wirke ich da draußen?“ Und es wird Zeit, dass wir uns selber nicht mehr so bierernst nehmen. Schlechte Laune hat noch nie zu einer guten Lösung geführt.

Landwirte in der Zwickmühle

Der Bauer steckt in einer echten Zwickmühle. Während der Bürger, die Bürgerin „Landlust“ liest, schiebt der Bauer Landfrust.



Die Bürgerin findet Landwirtschaft super, vor allem aus der Entfernung und in Hochglanz. Landmaschinen sind für sie umso mehr wert, je rostiger sie sind. Altblech statt Hightech auf dem Acker und im Stall, das hält sie für zukunftsweisend. Regional, bio und ein glücklich gelebtes Tierleben sollen es gerne sein. Doch ist sie auch Ökonomin mit Leib und Seele. Sie kauft dort, wo sie sich den größten Vorteil verspricht. Dabei geht es ihr um das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Nun lässt sich der Preis einfacher vergleichen als die Produktleistung. Daher achtet sie vor allem auf die magischen Zahlen 9 oder 99 oder 9,99.

Der Bürger hält Bauern für echte Typen. Die heimische Landwirtschaft findet er interessant, wobei er nicht genau weiß, warum. Bauern sind irgendwie Naturburschen, die noch richtig mit den Händen anpacken müssen. Sie fühlen sich jeden Tag so wie er, wenn er sich



im neusten Markenshop mit Outdoor-Klamotten eindeckt. Doch wenn er genau darüber nachdenkt, gilt seine Sympathie wohl eher dem Bio-Bauern. „Konventionell“ ist dasselbe wie „langweilig“ für ihn. Doch dann liest er in den Medien etwas über konventionelle Landwirtschaft und ist irritiert. Wie können Menschen nur so mit Tieren, Boden oder der Natur umgehen? Leider kennt er keinen Bauern, den er fragen könnte.



Der technikbegeisterte Jungbauer könnte helfen. Sein Credo lautet: Ich lenke, also bin ich. In der täglichen Castingshow im Netz tritt der Mensch in den Hintergrund, um dem wahren „King of Kornfeld“ Platz zu machen: dem Fendt meines Nachbarn, der leider wieder einmal größer ist als mein John Deere. Er könnte den Bürger für die Landwirtschaft begeistern. Leider kommt er nicht auf die Idee.

Oder **der Kuhbauer**. Er kommt nur unter den Kühen hervor, wenn er das Gras wachsen hört und mähen muss. Er schläft in Kuh-Bettwäsche und denkt in Schwarz-Weiß-Mustern. Er achtet auf Lebensleistung, nicht auf kurzfristige Ziele. Beim Thema Vermehrung hat er allein die Zuchtziele im Kuhstall im Auge. Dennoch ist er normalerweise glücklich verheiratet und hat mehrere Kinder. Diese wachsen wie er auf dem Futtergang

im Kuhstall auf und haben deshalb besonders wenig Allergien. Seinen Nachbarn aber versteht er nicht. Worüber sollte er mit ihm reden?



Das könnte **der Optimierer**. Denn er weiß, was er tut. Der Optimierer spritzt nach Schadschwellen, hat eine super Futterverwertung, und die Biogasanlage läuft stabil. Die betrieblichen Abläufe sind so strukturiert, dass seine Mitarbeiter keinen Leerlauf haben. Er ist erfolgreich, aber betrieblich äußerst eingespannt.



Deshalb bleibt ihm keine Zeit für die „Außenwelt“. Das Engagement in der Dorffirewehr oder im Gemeinderat lohnt seiner Ansicht nach ohnehin nicht – viel Palaver, keine Ergebnisse. Der einzige Rhythmus, den er kennt, ist der des



Betriebes. Gespräche mit dem Bürger finden nicht statt.

Dieses Gespräch sucht **die Stadt-Landwirtin**. Pferdehof, Direktvermarktung, Kinderfeste, Betriebsführungen, Hofcafé – alles da, alles voll, alles lohnt sich. Die Kollegen sehen sie scheel an.

Der Erfolg gefällt ihnen, leider ist er auf dem falschen Betrieb zu Hause. Sie sehen, dass sie viel fürs Image der Bauern tut – aber macht sie das nicht

nur, weil sie damit Geld verdienen will? Für die Städter ist sie der Prototyp eines Bauern, für die Bauern ist sie auf dem besten Weg zum Städter. Ein Dilemma.

Der Kompromiss: Schwer vermittelbar

Wie kommen Bauern und Bürger zueinander? Vor der Antwort eine weitere Zwickmühle: Denn alles, was der Bauer macht, ist ein Kompromiss.

- Der Bauer hat mit Natur zu tun. Natur ist aber nicht statisch.
- Der Bauer hat mit Markt zu tun, der ebenfalls nicht statisch ist.

- Er hat mit einem Verbraucher zu tun, der sich ebenfalls nicht festlegt.

Auf den bäuerlichen Schultern ruhen die Themen Klimaschutz, Ressourcenschutz, Tierschutz, Umweltschutz, Gewässerschutz, Immissionsschutz, Grünland- und Naturschutz, Knickschutz, Lebensmittelsicherheit und –qualität – um nur einige zu nennen. Doch wer fragt, wie man das bezahlt? Zudem widersprechen sich viele Themen. So steht Tierschutz oftmals gegen Immissionsschutz, Naturschutz gegen Grünlandschutz, Arten- gegen Ressourcenschutz. Es kann also nur um einen Kompromiss gehen, wenn man alle Anforderungen berücksichtigt will.

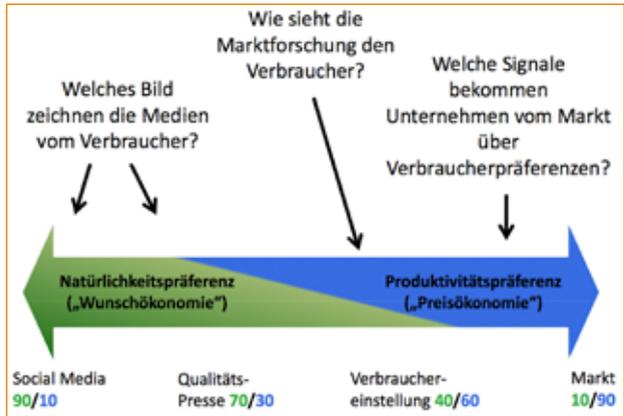
Wir machen nichts richtig!

Wenn aber alles, was der Bauer tut, ein Kompromiss ist, dann heißt das in die heutige Zeit übersetzt: Wir machen nichts wirklich richtig. Das ist die Botschaft, die wir täglich lesen. Sie hat viel damit zu tun, dass die Grundzüge der Landwirtschaft dem Bürger fremd sind: dass nämlich der Bauer im Umgang mit der Natur weniger eine bestimmende als eine unterstützende Funktion hat. Bauern arbeiten nicht in einem geschlossenen Gebäude, wo die Abläufe im Inneren unter Kontrolle sind. Sie arbeiten mit Natur, Boden, Pflanzen, Tieren und dem Wetter. Der Zwang zum steten Kompromiss macht unsere Landwirtschaft erfolgreich. Er ist aber ein mediales Dilemma.

Das Tröstliche: Auch die Natur ist auf keinem Feld richtig gut. Sie ist gut in der Anpassung an Veränderung. Dies ist es, was die Natur stabil macht: Resilient nennt man das heute. Und so geht es auch den Bauern. Je bessere Kompromisse der Bauer eingeht, desto stabiler ist das System, in dem er wirtschaftet. Leider versteht dies heute niemand mehr. Damit wären wir zurück am Anfang: Wie also erkläre ich's meinem Nachbarn?

3. Verbraucher und Bürger in einem

Deutschland hat 160 Millionen Einwohner – 80 Millionen Verbraucher und 80 Millionen Bürger. Der Verbraucher geht beim Discounter kaufen, der Bürger engagiert sich bei Greenpeace oder dem Tierschutzbund. In ein und derselben Person herrschen völlig auseinanderlaufende Interessen. Der Verbraucher will billig einkaufen, der Bürger möchte etwas bewegen – was natürlicherweise zu Mehrkosten führt, die er aber als Verbraucher nicht tragen will. Weil dies so ist, antwortet der Bürger-Verbraucher in Umfragen so indifferent. 20 % der Bürger würden gern Bio kaufen. Warum nur tun sie es nicht? Weil der Verbraucher das Portemonnaie besitzt und das Geld nicht rausrückt.



Quelle: Professor Dr. Achim Spiller, Georg-August-Universität, Göttingen

er so, wie er sich selber gern sieht, verbunden mit einem Schuss Wahrheit. Ein Dilemma für die Marktforschung und für die Bauern, die vor der Quadratur des Kreises stehen. Billig und bio, regional und abwechslungsreich, keine Tierarzneimittel, keine Düngung, aber gesunde Tiere und Pflanzen – das geht eben nicht.

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Professor Achim Spiller aus Göttingen erklärt dies mit Verbraucherpräferenzen. In der „Wunschökonomie“ träumt der Mensch von bio, regional, Tierwohl – das ganze Programm. Der Markt aber zeigt eine knallharte „Preisökonomie“. Es ist bekannt, dass die Abstimmung an der Ladenkasse eine völlig andere ist, als man es in zahlreichen Landmagazinen nachlesen kann. Die Marktforschung versucht nun, aus diesem Verhalten ein schlüssiges Konzept zu erstellen, und bleibt in der Luft hängen. Denn der Verbraucher wird in Umfragen nie sagen, dass er sich 100 % bio wünscht. Er weiß ja, dass es nicht stimmt. Aber dass er hauptsächlich auf Preissignale reagiert, erscheint ihm – direkt befragt – dann doch zu radikal. Also antwortet

Vertrauensbeweis: Billig

Doch betrachten wir das Ganze einmal mit etwas Abstand. Bisher haben wir Landwirte uns vor allem an den Verbraucher gewendet. Und



die gute Botschaft ist: Wir haben ihn hundertprozentig überzeugt! Der Verbraucher vertraut dem Bauern ohne Wenn und Aber! Der Beweis? Er kauft gnadenlos billig. Er achtet hin und wieder auf Saison, Herkunft oder Haltungssystem. Aber er fokussiert sich auf den Preis.

Dass er sich dies leistet, ist ein Zeichen tiefen Vertrauens in unsere Landwirte! Ansonsten würde er nicht billig kaufen, sondern sich an anderen Kriterien ausrichten: Tierschutz-Siegeln, Greenpeace-Stempeln. Tut er aber nicht. Der Verbraucher vertraut dem Bauern!

Als Landwirtschaft haben wir uns bisher vornehmlich auf den Verbraucher konzentriert und ihm gesagt, wie gut und sicher unsere Le-

bensmittel sind. Doch das weiß er längst und handelt dementsprechend. Wir liefern gerne bio, regional, saisonal und freuen uns, wenn die Nachfrage steigt. Aber trotz mancher Euphorie ist dieser Markt immer noch zu klein, um eine Zukunft für die große Zahl von Landwirten zu bieten. Es wird also Zeit, dass wir uns nicht an den Bürger wenden.

Bürgerliches Misstrauen

Der Bürger misstraut der deutschen Landwirtschaft zutiefst. In jahrzehntelanger Erziehung wurde ihm von vielen Organisationen erläutert, wie schrecklich unsere Landwirtschaft ist:

Nadine Henke

Öffentlichkeitsarbeit ist ein Teil unserer Reputation!

Ich weiß, dass viele Landwirte, vor allem Tierhalter, Angst haben, ihren Kopf aus der Deckung zu nehmen. Sie meinen, der Weg in die Öffentlichkeit stelle eine Gefahr dar. Sie glauben, so würden sie zur Zielscheibe von Tierrechtsorganisationen. Sie fürchten sich vor Stalleinbrüchen – möchten sich und ihre Familie schützen, um nicht öffentlich an den Pranger gestellt zu werden.

Sie können sich schützen, indem Sie Transparenz zeigen. Denn andersherum wird ein Schuh draus – je mehr Sie von Ihrem Betrieb

zeigen, desto weniger angreifbar machen Sie sich. Sie machen einen guten Job! Sie kümmern sich jeden Tag liebevoll um Ihre Tiere. Sie sind gut ausgebildet und arbeiten nach bestem Wissen. Seien Sie stolz auf Ihren Betrieb. Zeigen Sie Ihren Freunden, Nachbarn oder über die Sozialen Medien der breiten Bevölkerung, was Sie machen. Es heißt „Tu Gutes und sprich darüber!“. Geben Sie sich einen Ruck und trauen Sie sich!

Wir engagieren uns seit vielen Jahren ganz aktiv im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, sowohl analog als auch digital in den Sozialen Medien. Klar gibt es auch mal negative Kritik – nur muss man sich da ein dickes Fell anschaffen. Die meisten Reaktionen sind positiv, und das motiviert ungemein. Es macht riesig Spaß, und mittlerweile werden wir regelmäßig angesprochen, egal ob beim Einkaufen, im Freibad oder auf dem Markt: „Ihr seid doch die Henkes von den Brokser Sauen, oder?“ Immer mit einem Lächeln – die Menschen verbinden mit uns und unserem Betrieb etwas Positives. Das schafft Vertrauen. Und so soll es sein – dann hat es eine Tierrechtsorganisation wahnsinnig schwer, dazwischenzufunken.



Nadine Henke (38), Bruchhausen-Vilsen, Tierärztin und Ferkelerzeugerin

- Wir betreiben Raubbau am Boden. Viel schlimmer noch, wir überdüngen den Boden. Und das Schlimmste: Wir machen beides gleichzeitig! Moment mal: gleichzeitig?
- Die Nutztiere werden turbogemästet, und dann diese schrecklichen Bilder von verhungerten Schweinen und Rindern! Gleichzeitig?
- Schweine werden mit Antibiotika vollgepumpt! Dabei wissen wir doch, dass die Tiere alle krank sind! Gleichzeitig?
- Massentierhaltung gibt es, weil Bauern nur ans Geld denken! Aber diese industrielle Tierhaltung macht die Tiere alle krank! Gleichzeitig?
- Unsere Landschaft – verschandelt von den Bauern! Aber die Knicks, die Rapsblüte, die Wiesen, wunderschön! Gleichzeitig?
- Die deutsche Landwirtschaft – immer mehr Agrarindustrie! Aber wir kaufen beim Discounter. Gleichzeitig?

Die Gegensätze werden nicht mehr wahrgenommen. Schlimmer noch: Sie sind heute Teil des Allgemeinwissens und Gesprächsthema bis hinein in höchste akademische Kreise. Mit dieser Kritik kann kein Bauer etwas anfangen. Sie ist aber da. Doch woher kommt sie? Und wem dient sie?

Wissen oder ahnen?

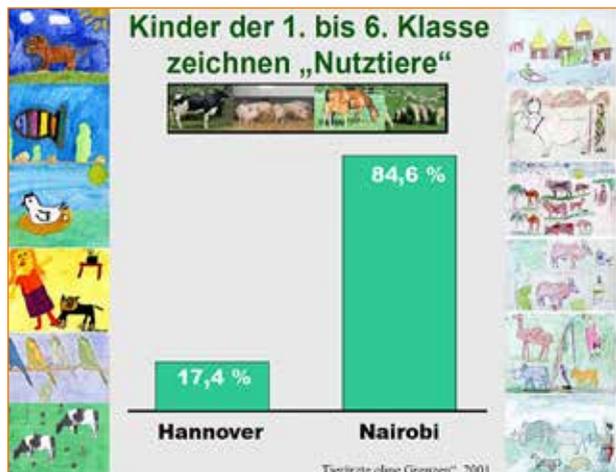
Vor hundert Jahren stammte das meiste Wissen aus eigener Erfahrung. Wir wussten: Wenn ich mit einem Spaten den Garten umgrabe, dann habe ich abends Schwielen an den Händen. Heute googeln wir solche Erfahrungen, denn der größte Teil unserer Information, unseres Wissens basiert auf Kommunikation. 2001 veröffentlichte Tierärzte ohne Grenzen eine Grafik, nach der Kinder der

ersten bis zur sechsten Klasse Nutztiere zeichnen sollten. Während in Nairobi 84,6 % der Kinder echte Nutztiere zeichneten, waren dieses in Hannover 17,4 %. Das Wissen über Landwirtschaft ist also denkbar gering. Dennoch kursiert vermeintliches Wissen über Landwirtschaft.

Die Frage, der wir uns stellen müssen, ist: Wenn 80 % des heutigen Wissens oder mehr über Landwirtschaft nicht aus eigener Erfahrung stammen, sondern von anderen: Wer sind diese „anderen“? Sind wir es, die Landwirtschaft? Oder sind wir es nicht? Doch wer ist es dann? Und mit welcher Absicht wird informiert?

Geld am Bauern verdienen

Auch heute gilt: An der Landwirtschaft lässt sich mehr Geld verdienen als in der Landwirtschaft. Deutlich wird dies an Organisationen, die sich mit Forderungen an die Landwirtschaft hervortun. Das Geschäftsmodell basiert auf Spenden, die sich oft auf eine moderne Form des Ablasshandels gründen: Ich unterstütze eine Tier- oder Umweltschutzorganisation und fühle mich dadurch moralisch nicht nur besser, sondern kann selber eher mal über die Umweltstränge schlagen.



Kompensation als Bußübung

„Kaum jemand kritisiert die Luftfahrt so heftig wie die Grünen. Eine unveröffentlichte Studie zeigt jetzt: Ausgerechnet die Wähler der Ökopaartei steigen am liebsten ins Flugzeug“, schrieb der „Spiegel“ schon 2014. Zugleich hielten es die Grünen-Wähler der Studie zufolge nicht für gut, dass es sich heute viele Menschen leisten können, ins Flugzeug zu steigen. „Die Flugzeuge verschmutzen die Atmosphäre, aber mit einem Bruchteil der Summe des Ticketpreises werden dann Bäume gepflanzt, um den angerichteten Schaden zu kompensieren“, kritisierte Papst Franziskus im Februar 2017. Treibe man diese Logik auf die Spitze, dann würden eines Tages Rüstungskonzerne Krankenhäuser für jene Kinder einrichten, die ihren Bomben zum Opfer fielen. „Das ist Heuchelei“, so der Papst, der dabei vielleicht den katholischen Ablasshandel vor 500 Jahren im Kopf hatte. Ähnlich gehen viele Kritiker heute mit der Landwirtschaft um.

Spenden für die Utopie

Leider haben Tier- und Umweltschutzorganisationen ein Problem: Viele Mitglieder akzeptieren es nicht, wenn diese Organisationen kleine, aber in der Breite hochwirksame Schritte auf die Landwirtschaft zugehen. Das zeigt die Entwicklung der Initiative Tierwohl. Aus einer Idee des organisierten Tierschutzes wurde eine Veranstaltung der Wirtschaft, weil die Vereine sich nach und nach verabschiedeten.

Auch wenn es öffentlich nicht zugegeben wird, so darf man vermuten, dass die Nähe zur Wirtschaft den Tierschutzvereinen geschadet hat, auch wenn es den Tieren in einer bisher unbekanntem Breite zu mehr Tierwohl verholfen hat und verhilft. Doch spenden Tierschutz-Mitglieder offenbar für eine große Utopie, nicht für kleine Schritte. Und diese Utopie will gefüttert

werden. Eine Landwirtschaft aus lauter Kompromissen und kleinen Schritten – wenn auch in die richtige Richtung – kann das nicht leisten. Also füttert man diese Utopie.

Angst oder Risiko?

Kennen Sie noch die Bovine Spongiforme Enzephalopathie? BSE hat nicht nur viele Landwirte ein Vermögen gekostet, sie hat gezeigt, wie sensibel der Verbraucher beim Thema Lebensmittel reagiert. Doch geht es um Kommunikation. Und BSE ist ein Paradebeispiel dafür, auf welchem Weg man kommunizieren kann:

- durch Angst, basierend auf Unwissenheit,
- durch eine Risikoabschätzung, basierend auf Fakten.

Bei BSE wusste zu Beginn niemand, ob diese Rinderkrankheit durch ein Virus oder Bakterium ausgelöst wurde oder durch etwas völlig anderes. Am Ende war es ein Prion, eine gefaltete Eiweißstruktur. Niemand wusste, ob BSE ganz Europa zu Tode bringt oder niemanden. Das anfängliche Unwissen machte uns Angst. Die Angst sorgte für politische Erdbeben und sofortige Kaufzurückhaltung. Heute können wir nach Millionen von Tests und vielen Forschungen sehr sicher einschätzen, wie gefährlich BSE wirklich ist – nämlich gar nicht. Von einer Angstwahrnehmung hat sich dieses Thema zu einer Risikoeinschätzung verändert. Und die Verbraucher kaufen Rindfleisch in ähnlichen Mengen wie vor der BSE-Krise.

Wem hilft die Angst?

Die Fragen sind:

- Wer hat Interesse an einer Angstwahrnehmung und hält den Bürger deshalb im Unwissen?
- Wer hat ein Interesse an einer risikobasierten Einschätzung?

Wir als Landwirtschaft haben Interesse an einer Risikowahrnehmung. Dann müssen wir aber auch die entsprechenden Informationen geben.

Wahrheit

In unserer pluralistischen Gesellschaft ist die Wahrheit immer umstritten. Das ist auch richtig so, denn im Wettstreit der Forschungen und Diskussionen ergibt sich jeweils ein möglichst sicherer Weg, den man dann auch gemeinsam beschreiten sollte. Nun hat die Wissenschaft leider stark an Prägekraft verloren. In Talkshows, dem heutigen Marktplatz der Meinungen, wird



4. Der Sieg der Klatschpresse

„Medien und Weltuntergangspropheten haben eines gemeinsam: das Entzücken an Katastrophen. Man muss die Enttäuschung gesehen haben, die den Journalisten ins Gesicht ge-

die Expertenposition längst nicht mehr mit Wissenschaftlern besetzt, sondern mit Experten von Organisationen, denen man vertraut. Oder es werden Menschen angeführt, die aus ihren persönlichen Erfahrungen und deshalb höchst glaubwürdig berichten. Fakten treten in den Hintergrund, der Erlebnisbericht zählt.

Vertrauen

Für den Kieler Landwirtschaftsminister Dr. Robert Habeck war es angesichts der Geflügelpest 2017 eine neue Erfahrung, dass sich die eigene Wählerschaft gegen ihn stellte. Das Problem war, dass sich diese Seuche nur mit Fakten, aber nicht mit Meinungen bekämpfen lässt. Manche Sympathisanten aus dem Tierschutzsektor wollten aber nicht akzeptieren, dass das Virus aus dem Wildvogelbestand in die „Massentierhaltung“ getragen wurde.

Auch Bauern sind faktenorientiert. Das müssen sie sein. Denn mit Meinungen lässt sich kein Hof führen. Doch merken wir, dass unsere Fakten als Argumente nicht ziehen. Warum ist das so? Weil es um Vertrauen geht. Vertrauen ist eine Mischung aus Wissen und Nichtwissen, aus Fakten und Gefühl, aus Kopf und Bauch. Liefern wir nur die Fakten – und mögen sie noch so stichhaltig sein –, dann blenden wir gerade in der heutigen Zeit einen wichtigen Teil der Vertrauensbildung aus. Denn Angst wird ebenso wie Freude oder andere Gefühle vom Bauch dirigiert, nicht vom Kopf. Das kommt an, muss nicht erklärt werden, weil es „gefühl richtig“ ist – und weil es medial wirkt.

schrieben stand, als der Wirbelsturm ‚Irma‘ im September die Küste von Florida erreichte und es sich zeigte, dass er abflaute. Statt zermalmten Häusern, Obdachlosen, Autos und Booten,

die auf dem Kopf stehen, gab es nur Bilder, die Wind und Regen zeigen. Was ist eine Katastrophe in dieser zynischen Optik?“, fragt Pascal Bruckner in der „Neuen Zürcher Zeitung“.

Prof. Dr. Norbert Bolz, Medienwissenschaftler an der Technischen Universität Berlin, kritisiert die „Boulevardisierung“ der Medien. Bolz hat beobachtet: „Grundsätzlich sind Medien so angelegt, Leser über Skandale und Sensationen an sich zu binden.“ Er fährt fort: „Argumente haben keine Chance mehr, man reagiert nur noch mit Gefühlen. Wir sind mittlerweile maximal entfernt von Aufklärung.“

Professor Bolz geht so weit zu sagen, dass in den Massenmedien ein aufklärendes Eingreifen nicht mehr möglich sei. Er schlussfolgert, die Medien hätten in dramatischer Weise an intellektueller Differenziertheit verloren. In den Massenmedien herrsche heute das Gesetz der Emotionalisierung, Skandalisierung und „Schuld zuweisenden“ Personalisierung. Resultat sei eine „permanente Alarmbereitschaft“ der Gesellschaft.

Massenmedien seien „süchtig nach Streit“, schlussfolgert Bolz. Folge sei eine Grundstimmung der Angst in der Bevölkerung. Angst aber ist irrational und Argumenten oder Fakten nur schwer zugänglich. Das Problem dabei: Menschen, die ihre Angst äußern und sich empören, die protestieren und demonstrieren, wirken besonders authentisch. Für Bolz lautet die einfachste Form authentischer Kommunikation: „Ich habe Angst.“

Medienmacher kennen die Macht der Bilder und setzen ganz bewusst darauf. Doch die Geister, die man rief, wird man heute nicht mehr los. Auch Nachrichtenredakteure orientierten sich inzwischen zunehmend an Sensationen

und Emotionen. Die Boulevardisierung der Medien führt nicht zu mehr Informationen, sondern zu mehr Emotionen und Sensationen. Und so spielt die bildliche Darstellung von Emotionen inzwischen selbst für die eigentlich seriöse Nachrichtenauswahl von internationalen und unpolitischen Ereignissen eine Rolle.

Glaubwürdigkeit

Wir stellen fest: Fakten erzeugen keine Glaubwürdigkeit mehr, Glaubwürdigkeit lässt (meine) Fakten erst zu. Und deshalb haben Organisationen, die sich für andere einsetzen – etwa für Tiere, Klima, Wasser, Luft, die sich ja nicht selbst äußern können – automatisch eine höhere Glaubwürdigkeit. Das Gedankenmodell dahinter: Eigeninteresse disqualifiziert Fachlichkeit – wobei man ein finanzielles Interesse der Umweltschutzkonzerne Greenpeace, BUND und Nabu sicherlich nicht abstreiten kann; nur ist es weniger sichtbar.

Habe ich aber kein sichtbares Eigeninteresse, dann bin ich lauterer Absicht und damit vertrauens- und glaubwürdig. Deshalb werden Bauernverbandsvertreter zu Diskussionen eigentlich nur noch zugelassen, wenn man sie als „Lobbyisten“ braucht. Sie sitzen oft von vornherein auf verlorenem Posten. Und sie langweilen mit ihren Aussagen, weil sie auf Fakten, auf eine risikobasierte Einschätzung setzen.

1 Kilo Rindfleisch verbraucht 15.000 Liter Wasser!?

„Das wäre alles Wasser, was wir in Schleswig-Holstein überhaupt haben. Deshalb ist es hier auch so karg und sandig.“

Bernhard Thalheim, Uni Kiel

bauern.sh

Angst macht aufmerksam

Wer dagegen auf Angst setzt, hat zwei Vorteile: Er hat die sofortige, ungeteilte Aufmerksamkeit der Menschen und damit der Medien. Und er kann die Fakten in den Hintergrund drängen oder ignorieren. Denn Fakten führen zwingend zu einer risikobasierten Einschätzung, die aber einhergeht mit einer geringeren Medienaufmerksamkeit.

Der US-Wahlkampf zeigt exemplarisch, wie Fakten in den Hintergrund rückten und einer Angstdiskussion Platz machen mussten, die letzten Endes den Wahlerfolg ausmachte. Der Kandidat der Republikaner TRUMPetete, als sei der Weltuntergang nahe. Die Medien wurden zu Hofberichterstattern degradiert. Sie mussten berichten, weil andere es ebenso taten. Donald Trump bekam Medienzeit in Milliardenwert geschenkt. Die Art und Weise, wie manche Organisation über Landwirtschaft „informiert“, gleicht solchen Angstkampagnen. Eine Aufklärung über die echten Bedingungen der Landwirtschaft ist nicht zu erkennen, wenn mit Kampfbegriffen und Behauptungen gearbeitet wird. Vielmehr scheint manche Verlautbarung bewusst auf Fakten zu verzichten, um das Thema mit Angst aufzuladen. Und es funktioniert, denn die Wahrnehmung der Bürger in Bezug auf Gefahrenquellen bei Lebensmitteln hängt heute deutlich an den Aussagen solcher Kampagnen. Vor allem die Presse reagiert bei solchen „Quotengaranten“ nur noch. Nicht ohne Grund warf Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier „den Medien“ nach der Bundestagswahl 2017 vor, Protestparteien zu sehr eine Bühne zu bieten: „Tabubrüche dürfen sich nicht auszahlen: Wer für jede neue Provokation eine neue Einladung in eine Talkshow erhält, fühlt sich zum Provozieren ermuntert.“

Das Zitat des Tages

Dietmar Oeliger, Nabu-Abteilung Verkehrspolitik

„Die Zahl haben wir gewichtet nach der Bedeutung der Schadstoffe grob als Quersumme ermittelt.“

Sie werde nur verwendet, „wenn Medien eine plakative, einfach zu verwendende Zahl möchten.“

Also immer?

bauern.sh

Immerhin: Das Bewusstsein für diese Gefahr steigt offenbar, wie Barbara Hans in der Keynote zum Start des Masterstudiengangs „Digitale Kommunikation“ an der HAW Hamburg schreibt:

„Es ist nicht die Aufgabe des Journalismus, zu missionieren. Trump als Irren zu disqualifizieren oder die AFD niederzuschreiben. Es ist unsere Aufgabe, die Leser zu befähigen, sich selbst eine Meinung zu bilden. Zu recherchieren, Fakten und Informationen zusammenzutragen. Und diese so zu verbreiten, dass sie die Leser erreichen.“

Journalismus werde beliebig, „wenn er anstelle gut abgewogener Entscheidungen und Recherchen ein Click-Baiting setzt, wenn einzig der Klick zählt, nicht aber der Nutzer dahinter. Diese Beliebigkeit ist gefährlich: Denn Page Impressions sind flüchtig. Die wirkliche Währung ist unsere Glaubwürdigkeit. Und wer als Medium auf den schnellen Klickimpuls setzt, der verspielt das in das Medium gesetzte Vertrauen.“

Falsche Gefahren werden zur Gefahr

Die Aufgabe der Medien, das eigene Vertrauen zurückzugewinnen, ist auch im Bereich der Landwirtschaft groß. Der Bürger zeigt sich heute beunruhigt bei den Themen Antibiotikaresistenzen, gentechnisch veränderte Lebensmittel sowie Rückstände von Pflanzenschutz-

mitteln in Lebensmitteln. Dabei zeigen alle staatlichen Untersuchungen, dass die Rückstände von Antibiotika und Pflanzenschutzmitteln verschwindend gering sind. Und auch Gentechnik in Lebensmitteln hat bisher noch keinem Menschen nachweislich geschadet. In der Humanmedizin wird die Gentechnik sogar breit akzeptiert.

Ein Thema, dem dagegen deutlich zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet wird, ist die Lebensmittelhygiene zu Hause. Ein weiteres Thema mit gravierenden gesundheitlichen Folgen ist die Fehl- und Überernährung. Doch findet eine Diskussion darüber medial nur am Rande statt. Das ist ein großes Problem, denn wir sind heute so sehr mit scheinbaren Gefahren be-

Michael Reber

Nichtstun ist keine Option!

Wir Bauern müssen selbst aktiv zeigen, was wir wie tun! Die fortlaufende Entfremdung vom Verbraucher durch Auslagerung der Betriebe aus den Dörfern, Einzäunungen der Betriebe aus Hygienegründen und anderes hat dazu geführt, dass wir Bauern am Pranger stehen. Vor lauter Dauerfeuer schaffen wir es als Branche nicht mehr, von der Reaktion zur Aktion zu kommen!

Viele Bäuerinnen und Bauern sagen sich: „Das muss der Verband für uns machen.“ Ich sage: Öffentlichkeitsarbeit beginnt an der Hofeinfahrt! Wie sieht es auf dem Hof aus? Der erste Eindruck hat keine zweite Chance! Halte ich mich an Gesetze und Verordnungen? Nehme ich Rücksicht auf meine Mitbürgerinnen und Mitbürger, zum Beispiel auf den Feldwegen

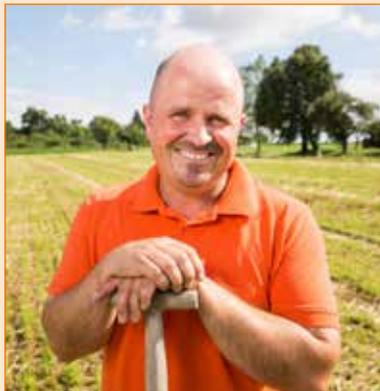
oder bei der Gülleausbringung? Das sind grundlegende Dinge, mit denen jeder von uns wahrgenommen wird! Auch das ist Öffentlichkeitsarbeit.

Und dann muss mehr dazukommen – Öffentlichkeitsarbeit ist vielseitig: Presse, Radio, Hofführungen, Homepage, Blog, Soziale Medien, et cetera – da ist für je-

de(n) was dabei, aber nicht jede(r) muss alles machen! Was bei uns sehr gut ankommt, sind Transparenz (Das ist ein schwerer Schritt, aber in meinen Augen elementar!), Ehrlichkeit (Wir haben Probleme in der Landwirtschaft, aber wir arbeiten daran!) und Authentizität (da arbeiten Menschen, die auch Sorgen und Nöte haben).

Wenn Baugesuche anstehen, dann ist es in meinen Augen wichtig, von Anfang an offensiv zu informieren. Auch hier gilt: Nichtstun ist keine Option! Ist erst mal die Negativkampagne gestartet, wird es schwer, diese wieder einzufangen. Öffentlichkeitsarbeit hört aber nicht mit der Baugenehmigung auf! Das muss eine Daueraufgabe werden, so wie die tägliche Arbeit im Stall und auf den Feldern. Wir selbst laden mittlerweile sogar Zeitung und Radio auf den Hof ein. Zumindest auf lokaler Ebene sind

sie dankbar für Informationen, das ist unsere Erfahrung als Betrieb. Und die klassische Betriebsführung ist immer noch gefragt und gerade für die Bürgerinnen und Bürger vor Ort sehr wichtig. Nur so schaffen wir es wieder, dass wir als Branche agieren und nicht nur reagieren. Alle sind gefragt, hier etwas zu tun!



Michael Reber (45), Schwäbisch Hall-Gailenkirchen, Ackerbauer und Energiewirt

schäftigt, dass wir die echten Gefahren nicht mehr wahrnehmen!

Angst hilft spenden

Sortiert man die Themen nach ihrem Angst- und damit Spendenpotenzial, dann wird deutlich, dass in der Wahrnehmung der Bürger Themen mit Angstpotenzial oben rangieren, unabhängig von der wahren Gefahr für Leib und Leben. Ein Zufall? Oder lässt sich mit Angst immer noch ein Geschäft machen?

Vermeintliche Gewissheiten sind stark

2015 zeigte eine Studie an der University of Western Australia, dass wissenschaftliche Informationen es offenbar nur schwer schaffen, falsche Überzeugungen zu verändern. 2.000 Amerikaner wurden mit folgenden Aussagen konfrontiert: „Impfstoffe verursachen Autismus“ und „Donald Trump hat gesagt, Impfstoffe verursachen Autismus“. Probanden, die Trump nahestanden, glaubten der Fehlinformation stärker, wenn sein Name erwähnt wurde. Anschließend erklärte man allen Teilnehmern, dass diese Verbindung von Impfstoff und Autismus nachweislich falsch sei. Alle Teilnehmer akzeptierten dies. Eine Woche später aber zeigte ein erneuter Test, dass sie



fast so fest an die ursprüngliche Fehlinformation glaubten wie zuvor. „Die Menschen neigen dazu, ihnen vertraute Informationen als wahr anzunehmen“, erklärte Briony Swire-Thompson, die Autorin der Studie.

Selber denken macht schlau

Es gibt eine große Wissenslücke in Bezug auf die Landwirtschaft. Im Moment wird diese gefüllt, indem vor allem auf Angst gesetzt wird. Wie gehen wir das an? Wie soll man dem begegnen, wenn Fakten nicht gegen Lügen helfen? Es gibt wohl nur einen Weg: Wir müssen den Bürger/die Bürgerin dazu bringen, wieder selber zu denken und seinen vorhandenen gesunden Menschenverstand einzusetzen. Denken, also das Hinterfragen von Positionen, schützt vor Manipulation.

5. Landwirte sind äußerst vertrauenswürdig

Nun haben wir einen großen Vorteil: Ebenso wie viele Schutzorganisationen genießen auch Bäuerinnen und Bauern als Person ein hohes Ver-

trauen. In jeder Umfrage stehen sie in Bezug auf Vertrauenswürdigkeit ganz oben. Der Landwirt als Person genießt ein auffällig hohes und stabiles

les Vertrauen. Es ist egal, welche Statistik man befragt: Landwirte zählen regelmäßig zu den Personengruppen, denen der Bürger am meisten vertraut. Und zwar weit mehr als Vertretern der Industrie, als Finanzberatern, Fußballspielern, Rechtsanwälten.

Den Bauern wird ähnlich vertraut wie Ärzten, Feuerwehrleuten, Polizisten, Krankenschwestern, Apothekern und Lehrern. Am unteren Ende der Vertrauenskala tauchen oft Politiker und Journalisten auf. Das Vertrauen in die Bauern ist im Verlauf der Jahre konstant und auch durch Skandalmeldungen in den Medien nur wenig beeinflusst.

Die Landwirtschaft nimmt dies seit Jahren gerne zur Kenntnis. Sie wundert sich aber umso mehr über das dennoch vorhandene und ebenso große Misstrauen, das ihnen trotz solcher Umfragen entgegenschlägt. Wie es scheint, befindet sich die Landwirtschaft in einem Wahrnehmungsdilemma. Während die Person des Landwirts, der Bauernhof vor Ort, der Direktvermarkter, der

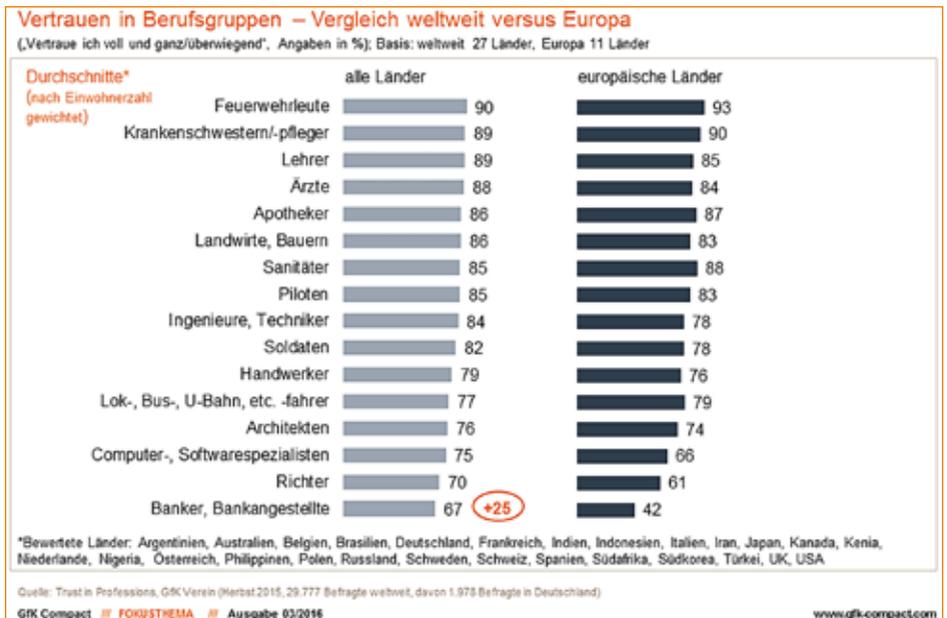
Landwirt im Freundeskreis ein hohes Ansehen genießen, scheint sich dies nicht auf die Landwirtschaft als solche zu übertragen.

Misstrauen gegenüber unserer Arbeit

Der Bauer genießt ein stabiles und hohes Vertrauen. Das, was er tut, fällt dagegen in der Meinung der Bevölkerung massiv ab. Die Produkte und die Produktionsweisen der konventionellen Landwirtschaft stehen unter einem Generalverdacht, gegen den sich nur schwer argumentieren lässt.

Sinn- oder Wahrnehmungskrise?

Dabei wird der Landwirtschaft zugestanden, dass sie keine Sinnkrise hat. Nicht nur dem Berufsstand, sondern auch dessen Kritikern ist klar: Landwirte werden gebraucht wie selten zuvor. Nicht nur gilt es eine steigende Weltbevölkerung zu ernähren, und dies so, dass die nachfolgenden Generationen auch noch etwas



davon haben. Landwirte sind als größte Flächeigentümer und -bewirtschafter Ansprechpartner Nummer eins, wenn es um die Umsetzung von Natur- und Klimaschutz geht. Landwirte sind die ersten Ansprechpartner, wenn es um den Tier- oder Artenschutz geht. Sie sorgen nicht zuletzt für eine durch jahrhundertelange Bewirtschaftung geprägte Kulturlandschaft. Aber die Wahrnehmungskrise ist für jeden Landwirt deutlich und leider häufig genug hautnah erfahrbar. Woher kommt sie? Warum schlagen Skandale in der Landwirtschaft regelmäßig andere Meldungen aus dem Feld?

Woher kommen die Skandale?

Immer wieder wird die Landwirtschaft mit Skandalen in Verbindung gebracht. Es geht um BSE, Nitrofen, Acrylamid, Gammelfleisch, Geflügelgrippe, Gelschinken, Analogkäse, Dioxin, EHEC, Antibiotika, Pferdefleisch, falsch deklarierte Bioeier oder Keime auf Biosprossen. In vielen Fällen war der Mensch nicht in Gefahr. So sind Gelschinken oder Analogkäse sichere und gesunde Lebensmittel. Nur enthielten sie Bestandteile, die sich aus der Produktbezeichnung nicht ablesen ließen. Ein klarer Deklarationsbetrug, aber ein Lebensmittelskandal? Nein. Und trotzdem schaffte es selbst diese Meldung zuverlässig auf die Titelseiten und die besten Sendeplätze.



Die eigentliche Frage aber ist: Warum schlagen gerade Skandale im Lebensmittelbereich derartige Wellen, während es viele andere Wirtschaftssektoren gar nicht erst in die Schlagzeilen schaffen? Warum sind Rückrufaktionen der Automobilindustrie eine Serviceleistung, dem Landwirt aber wird der Vorwurf gemacht, er vergifte die Bevölkerung? Die Antwort ist so einfach wie erstaunlich. Es liegt am Versprechen.

Der Unterschied liegt im Versprechen

„So etwas hatte Roberto Luvschanowski noch nie gesehen. Als der Patient vergangenes Jahr auf einer Liege in die Notaufnahme des noblen Texas Heart Institut in Houston gerollt kam, konnte er noch nicht mal mehr den Kopf heben. Es sah aus, erinnert sich der Kardiologe, als hätte man einer Marionette die Fäden gekappt. Der Gelähmte war bei vollem Bewusstsein. Über Schmerzen klagte er nicht.“

So beginnt ein Bericht in der „ZEIT“ vom 31. Dezember 1999.

Der Patient hatte Lipobay, ein Mittel gegen zu viel Cholesterin im Blut, genommen und war dadurch offensichtlich paralysiert worden. Dieser Patient wurde wiederhergestellt. In weltweit 52 Fällen jedoch führte der Muskelkollaps zum Tod der Patienten. Vier Jahre nach seiner Einführung nahm der Produzent Bayer das Erfolg versprechende Produkt Lipobay vom Markt. Das operative Ergebnis des Pharmakonzerns brach um mehr als 40 % ein, 15.000 Stellen sollten gestrichen werden, berichtet der „Spiegel“. Mehrere Tausend Klagen vor allem aus den USA gingen ein. Es wurden außergerichtliche Vergleiche über mehrere Hunderttausend Euro je Fall geschlossen.

Ein Jahr nach Einführung des Medikaments Viagra wurden 522 tödliche Nebenwirkungen mit der Einnahme des Medikamentes in Verbindung gebracht. Dennoch ist dieses Mittel immer noch

auf dem Markt. Es gab keinen medialen Aufschrei. Der USA-amerikanische Hersteller Pfizer verdient weiterhin gut daran.

Bayer nahm Lipobay vom Markt, während Pfizer Viagra auf den Markt beließ. Was ist der Grund für eine Reaktion, wie sie unterschiedlicher nicht sein könnte? Es ist ganz einfach: Der Grund liegt im Versprechen, das mit dem Medikament verabreicht wird. Während das eine Medikament Spaß machen soll, diene das andere dem Lebenserhalt. Wird das Versprechen gebrochen, das mit einem lebenserhaltenden Medikament gegeben wird, dann reagiert der Nutzer mit Recht empört und äußerst empfindlich. Viagra dagegen hat sein Versprechen gehalten. Es ging nicht darum, das Leben zu verlängern, sondern eine „erektilen Dysfunktion“ zu beseitigen. Viagra versprach, wieder Spaß in die Zweisamkeit zu bringen – und dies hat das Mittel zuverlässig gewährleistet. Man könnte sarkastisch formulieren: Bis zum Schluss ...

Mittel zum Leben

Übertragen auf die Landwirtschaft bedeutet dies: Ernährung ist elementar. Landwirte erzeugen Lebensmittel oder wörtlich „Mittel zum Leben“. Ernährung ist existenziell und lebenserhaltend. Wird dieses Versprechen gebrochen, dann nimmt der Verbraucher das persönlich. Das ist ihm nicht zu verdenken – es ist sein gutes Recht. Dass er dabei alle am Prozess der Herstellung Beteiligten in einen Topf

wirft, umrührt und der Landwirt als Schuldiger weich gekocht wird, ist für den Verbraucher ein Kollateralschaden. Es ist eben am einfachsten, denjenigen mit der höchsten Symbolkraft – und das ist der Bauer – an den Pranger zu stellen.

Doch im Prinzip geht es darum, dass der Verbraucher das, was ihn direkt betrifft – den Verzehr von Lebensmitteln – persönlich nimmt. Das ist nicht verwerflich. Es ist normal. Und es ist gut. Zudem betrifft es nicht nur die Lebensmittelherzeuger, sondern auch alle anderen Berufe, die mit „Leben“ zu tun haben. So trifft es auch den Arzt, der pfuscht, oder den Polizisten oder Feuerwehrmann, der seinem Beruf nicht ordentlich nachkommt.

Wir haben mit Leben zu tun!

Führt man sich vor diesem Hintergrund die anfangs genannten Umfrageergebnisse noch einmal vor Augen, dann schließt sich der Kreis: Berufe, die mit Leben zu tun haben, genießen in der Gesellschaft eine hohe Vertrauenswürdigkeit. Dies ist aus Sicht des Bürgers notwendig, denn es gibt keine Ausweichmöglichkeiten. Ich

muss mich darauf verlassen können, dass die Polizistin mein Leben schützt, der Feuerwehrmann mein Leben rettet, die Lehrerin mich fürs Leben ausbildet, der Landwirt meine Lebensmittel erzeugt usw.

Da ich elementar auf diese Berufe angewiesen bin, erklärt sich deren hohe Vertrauenswürdigkeit von selber. Mit einem ständigen



Misstrauen diesen Berufszweigen gegenüber ließe es sich als Bürger, der auf diese Dienste und deren garantierte Zuverlässigkeit und Qualität elementar angewiesen ist, nur schwer aushalten.

Ohne Bauern geht es nicht

Gerade weil der Bürger ahnt, dass er diesen Berufen auf Gedeih oder Verderb ausgeliefert ist, ist es verständlich, dass jeder Skandal oder scheinbare Skandal sofort todernst genommen wird. Es ist eben fundamental, wenn ein Lebensmittel Dioxin enthält, der Arzt während der OP die Schere im Bauchraum vergisst oder die Feuerwehr eine Viertelstunde zu spät kommt. Es ist dagegen lediglich ärgerlich, wenn der Bauantrag sich um drei Monate verzögert, das neue Auto ein Montagsauto ist oder der Friseurtermin platzt. All dieses ist ärgerlich, es ist aber nicht elementar.

Dass dies von manchem Beteiligten regelrecht instrumentalisiert wird, erscheint uns als unfair. Der Hebel aber liegt in der Bedeutung der Landwirtschaft als Erzeuger von Lebensmitteln.

Fluch und Chance

Vor dem beschriebenen Hintergrund ist es Fluch und Chance zugleich, in einem lebenswichtigen Wirtschaftszweig tätig zu sein. Der Fluch besteht darin, dass man eine erhöhte Aufmerksamkeit magnetisch anzieht, die sich im Falle von Skandalen noch erhöht, negativ zuspitzt und persönlich wird. Auf der anderen Seite bedeutet es, dass Landwirtschaft

ebenso wie andere Berufe, die mit Leben zu tun haben, als besonders bedeutsam und wichtig, als elementar wahrgenommen wird.

Lebensmittel müssen deshalb anders erzeugt, kontrolliert und vermarktet werden als Produkte, die teilweise sehr viel mehr kosten,

aber eine niedrigere Position auf der existenziellen Bedeutungsskala einnehmen. Während Lebensmittel ein „Must-have“ sind, sind das neue Auto, das brandaktuelle Smartphone oder der Soforturlaub lediglich ein „Nice to Have“ – auch wenn sie auf der emotionalen Ebene häufig anders einsortiert werden.

Landwirtschaft wird als bedeutend und als kritisch zugleich wahrgenommen, weil Landwirtschaft mit Leben zu tun hat, weil die Ernährung für jeden Bürger elementar ist. Deshalb werden wir sehr genau beäugt, und Negatives oder scheinbar Negatives wird sofort und überall diskutiert, be- und verurteilt. Klar ist auch, dass bei einem derart existenziellen Thema das Geschäft mit der Angst einen besonders großen Hebel hat.



Nicht persönlich nehmen!

Andererseits, und das ist wichtig für die eigene Ein- und Wertschätzung: Es ist nicht der Landwirt selber, der im Mittelpunkt der Kritik steht. Die Person des Landwirts genießt eine stabil hohe Vertrauenswürdigkeit in der Bevölkerung. Die Spaltung zwischen dem, wer er ist und was er tut, ergibt sich aus der Beschäftigung mit einem elementaren Lebensbereich des Menschen. Das ist ein wichtiger Unterschied, auch wenn die Kritik dennoch als verletzend wahrgenommen wird.

Gerade jungen Landwirten, die aufgrund der anhaltenden Kritik verzweifeln möchten und ihre Berufswahl infrage stellen, sollte geantwortet werden: Ihr seid in einem lebenswichtigen Beruf tätig! Die Kritik, auch wenn sie sich oft genug in persönliche Angriffe kleidet, entzündet sich an der besonderen Bedeutung des Berufes und weniger an der Person, die diesen Beruf ausfüllt.

Das Dilemma bleibt

Wir sollten deshalb denen misstrauen, die uns versprechen, dass sie die Landwirtschaft aus den Schlagzeilen heraushalten können. Sie haben die Bedeutung der Landwirtschaft nicht begriffen. Das Gegenteil ist wahr: Die Landwirtschaft wird auf Dauer diesem Dilemma nicht entkommen. Sie muss deshalb lernen, damit zu leben.

Die große Chance besteht darin, dass die Landwirtschaft nicht erst versuchen muss, die Aufmerksamkeit der Bevölkerung zu gewinnen. Sie hat sie bereits, und dies auf Dauer. Entgegen häufigen Klagen in der Branche ist dieses ein Geschenk. Für jede Form von Öffentlichkeitsarbeit in einer medial geprägten Welt ist die größte Hürde, eine ständig steigende Aufmerksamkeitsschwelle überhaupt noch zu überschreiten. Zumindest dieses Problem hat die Landwirtschaft nicht.

Agnes Greggersen

Die schönen Momente teilen

Öffentlichkeitsarbeit ist sehr wichtig, und keiner kann sagen, dass es nichts für ihn sei! Dabei geht es nicht nur um das Image der Landwirtschaft, sondern vielmehr um das Image unseres eigenen Unternehmens. In vielen Unternehmen ist die Öffentlichkeitsarbeit bereits ein fester Bestandteil und hilft zum Beispiel bei der Personalsuche oder bei bevorstehenden Bauvorhaben. Warum sollte ich die Öffentlichkeitsarbeit selber machen? Die Landwirtschaft ist sehr facettenreich, und keiner kann meine Arbeit besser erklären als ich selber. Deswegen dürfen wir es nicht anderen überlassen, die uns erzählen, wie wir angeblich arbeiten. Dabei sollte jeder für sich selber entscheiden, wie intensiv die Öffentlichkeitsarbeit betrieben wird. Man kann es über einen Blog in den Sozialen Medi-

en machen, aber es fängt auch schon bei dem Gespräch mit dem Nachbarn an.

Ich bin schon öfters gefragt worden, welchen Nutzen ich von der Öffentlichkeitsarbeit habe. Wenn ich dadurch leichter Angestellte finde oder mehr Kunden erreiche, dann macht sich die Arbeit schon bezahlt. Vielleicht sollten wir uns in dem Punkt an größeren Unternehmen orientieren und von denen lernen.

Ich teile gerne die schönen Momente der Landwirtschaft mit anderen Menschen!



Agnes Greggersen, 26, Hasselberg, Milcherzeugung und Ferienhof

6. Campaigning

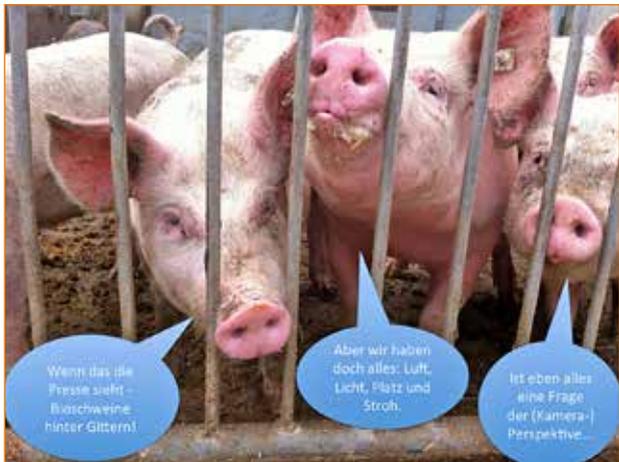
Zwanzig Jahre sind vergangen, doch mit dem Begriff können viele noch etwas anfangen: Brent Spar. Der schwimmende Öltank in der Nordsee war Mitte der 1990er das Objekt einer bis dahin beispiellosen Kampagne von Greenpeace. Die Fakten sind rasch erzählt: Der Ölkonzern Shell wollte den ausgedienten Tank im Meer versenken und so entsorgen. Britische Behörden hatten das Vorhaben genehmigt. Greenpeace kritisierte, Brent Spar enthalte Unmengen an Schadstoffen und berge unabsehbare Risiken für das Meeresleben. Zunächst gaben die Aktivisten mit 100 t Ölrückständen die korrekte Zahl an, schoben diese später aber auf das 50-Fache nach oben.

Macht über die Bilder

Mit der Besetzung von Brent Spar durch Aktivisten erreichte Greenpeace ein wichtiges Ziel der Kampagne: Macht über die Bilder und eine umfangreiche Berichterstattung in den Medien. Die Umsätze an Shell-Tankstellen gingen um bis zu 50 % zurück. In Hamburg gab es einen Brandanschlag, und schließlich wurde Brent Spar, wie von Greenpeace gefordert, an Land entsorgt. Zwar wiesen Wissenschaftler darauf hin, dass die Versenkung ökologisch zu rechtfertigen sei. Egal. Die Kampagne war für Greenpeace entschieden, selbst als die Organisation später zerknirscht falsche Zahlen einräumte. Shell gelobte Besserung. David hatte über Goliath gesiegt. „David Greenpeace“ verbuchte zuletzt allein in Deutschland ein jährliches Spendenaufkommen von mehr als 50 Mio. €. So funktionieren Kampagnen.

Neues Kampagnenziel: Landwirtschaft

Ölkonzerne waren gestern. Mit dem Atomausstieg ist hierzulande ein weiteres wichtiges Protestziel verloren gegangen. Umweltschutzorganisationen und andere Nichtregierungsorganisationen (NGO) – Kritiker sprechen aufgrund der Finanzstärke und des professionellen Managements von „Protestunternehmen“ – benötigen neue Themenfelder. Die Landwirtschaft ist ein gefundenes Fressen für Kritik-Kampagnen, denn es lassen sich emotional wirkende Bilder zeigen.



Campaigning

„Campaigning“ (von engl. campaign für Kampagne) lautet der Auftrag. Wer ihn ausführt, ist ein „Campaigner“. Campaigner ist ein Beruf mit Zukunft. Die wachsende Zahl an Organisationen zum Schutz der Umwelt, der Tiere, des Klimas zu Land, zu Wasser und in der Luft stützt sich vor allem finanziell, aber auch in der medialen Breitenwirkung auf diesen Pfeiler. Zumal der Beruf beliebt ist, denn das, wofür man eintritt,

ist ja moralisch anständig. Diese „Protest-Manager“ benötigen vor allem Motive. Die Landwirtschaft ist seit geraumer Zeit eines davon und hat sich zu einem wesentlichen Betätigungsfeld von Tier-, Umwelt- und Klimaschützern entwickelt. Nur haben wir es lange nicht gemerkt, geschweige denn ernst genommen.

Bauern sind ein gutes Ziel

Zu Beginn standen „Pestizide“ im Vordergrund solcher Kampagnen; in Gestalt des Glyphosats sind sie aktuell wieder sehr lebendig. Aufgeholt und überholt hat die „Massentierhaltung“. Die Campaigner begnügen sich nicht damit, auf vermeintliche oder echte Missstände hinzuweisen. Ob Glyphosat oder intensive Tierhaltung:

Medial erfolgreich liefern die Campaigner ihre Experten gleich mit. Steht Aussage gegen Aussage, sind die vertrauenswürdigen Campaigner der Schutzorganisationen oft meinungsbildend. Die Landwirtschaft ist aus mehreren Gründen für Kampagnen geeignet. Es beginnt damit, dass sich die Arbeitsgrundlagen hervorragend emotional besetzen lassen: Natur, Umwelt und Tiere, also Leben. Und Emotionen sind heute ein Teil der Nachrichten. Den Erfolg bringen Angstbotschaften: „Pflanzenschutzmittel belasten Natur und Mensch“, „Dünger schädigt den Boden“, „belastete Futtermittel und Tiermedikamente sorgen für schädliche Nahrungsmittel“. Kurz: Bange machen gilt, und einer ist schuld. Landwirte müssen dafür herhalten.



Glyphosat	Pyrrrolizidinalkaloide (JKK-Wirkstoff)
Wasserfeste Handschuhe anziehen! Bei Hautkontakt umgehend waschen.	Wasserfeste Handschuhe anziehen! Bei Hautkontakt umgehend waschen.
Wirkt gegen Pflanzen (Glyphosat hemmt ein Enzym, das bei Tieren und Menschen nicht vorkommt)	Wirkt gegen Mensch und Tier
Verlässt den menschlichen Körper nahezu vollständig nach 7 Tagen	Führt zu Leberschäden bis zum Tod, gehen als genotoxische Kanzerogene
Chemisch hergestellt	Kommt natürlich vor
Vorkommen laut BUND und Grünen u.a. in Bier, Muttermilch, Urin. Das BfR fand in weniger als 4 % von 1.400 Proben Rückstände	Vorkommen in Kräutertee, Getreide, Salat, Blattgemüse und Honig
Baut sich in der Pflanze ab	Giftwirkung bleibt im Winterfutter und Honig erhalten
Mittel der intensiven Landwirtschaft	Wird durch intensive Landwirtschaft verhindert
Grenzwert für Lebensmittel darf selbst bei Vielverzehren nicht überschritten werden. Erlaubte Tagesdosis (EU): 0,3 mg/kg Körpergewicht	Kein Grenzwert für Lebensmittel aber Warnung vor Vielverzehr. Das BfR empfiehlt max. 0,007 µg PA/kg Körpergewicht
Entsorgung der Verpackung über die chemische Industrie	Entsorgung über die Müllverbrennungsanlage oder bei 55 °C über 2 Wochen in einer Bioabfallbehandlungsanlage

Negative Campaigning

„Negative Campaigning“ lautet der Fachbegriff – „Schmutzkampagne“. Entwickelt wurde diese Strategie vor Jahrzehnten im US-Wahlkampf. Der Erfolg von Donald Trump zeigt, dass diese Strategie das Potenzial hat, eine Revolution unter völligem Verzicht auf Fakten auszulösen. Ziel ist es, das Negative am anderen hervorzuheben, um dessen Image und damit seine Durchsetzungsfähigkeit zu schwächen. Statt auf eigene Argumente zu setzen, wird der Gegner in ein schlechtes Licht gerückt.

Greenpeace und die Gene

Genentechnik ist ein kontroverses Thema. Die Diskussionen ist geprägt von Ängsten, Emotionen und Vorurteilen. Dabei wäre es so einfach, denn Gentechnik ist Wissenschaft. Es wäre also möglich, Fakten zur Diskussionsgrundlage zu machen. Doch scheint bei



Greenpeace die Angst zu überwiegen, dass man dabei zu „falschen“ Ergebnissen kommt. Mobilisiert man doch seit Jahren gegen die „Gene“.

Golden Rice

Der Goldene Reis könnte 250 Millionen Menschen vor Erblindung oder Tod durch Vitamin-A-Mangel bewahren. Klasse? Nein! Gefährlich, ruft Greenpeace. 2002 behauptete die Organisation, ein Mensch müsse pro Tag 9 kg zu sich nehmen, um seinen Vitamin A-Bedarf zu decken. Tatsächlich reichen aber 40 g.

Am 29. Juni 2016 riefen über hundert Nobelpreisträger Greenpeace dazu auf, Kampagnen gegen gentechnisch veränderten Reis zu überdenken. Was antwortete Greenpeace in den Sozialen Medien: „Sie wissen aber schon, dass keiner der Nobelpreisträger vom Fach war? Unsere Fachmänner und -frauen sind vom Fach. Unserer (Greenpeace Deutschland) ist Doktor der Agrarbiologie und beschäftigt sich seit Jahren mit dem Thema. Und schließlich sind die Initiatoren des Aufrufes eindeutig mit Monsanto und der Gentechnik-Industrie verbandelt. Nur

so zur Info.“ Wahr ist: Fast alle Nobelpreisträger stammen aus den Bereichen Physik, Chemie, Medizin! Aber ein Agrarbiologe von Greenpeace topt das?

Es scheint Ironie im Spiel, wenn Greenpeace nach all seinen Bemühungen dann schlussfolgert: „Golden Rice wurde vor über 20 Jahren entwickelt und hat es seitdem nicht geschafft, seine Fähigkeit zur Behebung der Vitamin-A-Mangelproblematik unter Beweis zu stellen.“ Erst verhindert man Golden Rice, und dann deutet man dessen Erfolglosigkeit im eigenen Sinne als Beweis um.



Ziel solcher Kampagnen ist es, das (vermeintlich) Negative am anderen hervorzuheben, um dessen Image und damit seine Glaubwürdigkeit zu untergraben. Negative Campaigning ersetzt die sachliche Diskussion durch eine persönliche Auseinandersetzung. Es geht dabei weniger um Fakten, sondern um Köpfe. Das lässt sich auch medial hervorragend inszenieren, getreu dem journalistischen Motto „Der Kopf ist die Botschaft“.

Fraglos sind Prozesse und Strukturen der Landwirtschaft wie in jedem Wirtschaftszweig verbesserungsfähig. Doch Negative Campaigning verhindert genau das, weil eine echte Diskussion auf Augenhöhe nicht stattfindet beziehungsweise stattfinden soll. Wer draufhaut, will keine Lösungen, sondern Lärm. Bei dem „Wie“ darf man deshalb offenbar ruhig über die rechtlichen Stränge schlagen.

Nach welchen Prinzipien laufen Kampagnen?

1. „Kulleraugen-Prinzip“

Das „Kulleraugen-Prinzip“ nennen altgediente Campaigner eines ihrer Erfolgsmodelle im Kampf für eine bessere Welt. Lassen wir die Campaigner selbst berichten: Friedliche Proteste gegen das Robbenschlachten gehörten von 1976 bis Anfang der 1980er Jahre zu den wichtigsten Aktivitäten von Greenpeace. Die Bilder sind inzwischen Geschichte. Ab 1983 ist der Markt für die Felle weggebrochen, die Jagdquoten wurden entscheidend heruntergefahren. Greenpeace konnte sich vom Schauplatz zurückziehen und die knappen



eigenen Ressourcen auf andere Themen konzentrieren.“

Was wirkte beim Robben-Thema? Emotionalität, das Kindchenschema des unschuldigen Tieres mit den schwarzen Knopfaugen. Dazu symbolträchtige Farben: weißes ewiges Eis, blutrot getränkt – da zückt der Mensch fast ferngesteuert seine Geldbörse und lässt sich finanziell und moralisch erleichtern. Dasselbe Prinzip nutzten übrigens Bündnis90/Die Grünen mit der Muttermilchstudie zu Glyphosat im Sommer 2016.

2. David gegen Goliath

Ein weiteres Erfolgsprinzip ist das vom heldenhaften, aber scheinbar schwachen David gegen einen bösen und übermächtigen Goliath. Wenn der Umwelt-David Greenpeace dann doch gegen den Ölgiganten Shell gewinnt, dann erscheint es fast als Wunder.

Spätestens seit dieser Kampagne sind die NGO in den Medien der wahre Goliath und werden von der Politik entsprechend wahr- und wichtig genommen. Da spielt es wie im Falle der Brent Spar keine Rolle mehr, dass Greenpeace mit falschen Zahlen operierte. Denn die Organisation hatte den Kampf um die Deutungshoheit in der öffentlichen Debatte längst und dauerhaft gewonnen.



sende auf die Straßen und gilt als Gründungsmythos der Grünen. Der Wald steht noch, aber das Geschäft mit der Angst ist ein festes Element im Werkzeugkasten der Campaigner. Ob BSE, Genfood, Antibiotika, Glyphosat – das Prinzip Angst hilft zuverlässig und entfaltet regelmäßig seine gesellschaftsverändernde Wirkung.

Diese Instrumente sind vor allem eines: Instrumente. Das heißt, sie sind als solche wertfrei und

3. Bange machen gilt!

Ein drittes Erfolgsrezept lautet: Bange machen gilt! „Erst stirbt der Wald, dann stirbt der Mensch.“ Die Angst vor dem Tod des deutschen Waldes trieb Anfang der 1980er Jahre Zehntau-

damit auch von der Seite der Landwirtschaft nutzbar. Wobei das „Bangemachen“ sicherlich auszuschließen ist, wenn ein Dialog das Ziel ist. Es gilt also abzuwägen, was mit welchem Instrument erreicht wird.

Marcus Holtkötter

Die Frage ist: wie kommt es an?

Wir müssen viel mehr erklären und die Leute mitnehmen. In den letzten Jahren haben sich immer mehr Mitbürger von der Landwirtschaft entfernt. Man hat halt keinen direkten Kontakt mehr zur Landwirtschaft. Gleichzeitig hat



Marcus Holtkötter (40), Altenberge, Schweinehaltung und Ackerbau

sich aber die Landwirtschaft rasant weiterentwickelt. Sei es, dass im Ackerbau die Maschinen immer größer und technisierter geworden sind, oder unsere Ställe, die auch größer und geschlossener geworden sind. Für

uns Landwirte ist dies kein Problem, wir sehen und kennen die Vorzüge für Tier, Mensch und Boden. Nur, wie kommt dies bei den Mitbürgern an? Gerade in den letzten zehn Jahren hat sich das Interesse an Lebensmitteln gewandelt. Immer mehr Konsumenten möchten wissen: Wo kommen meine Lebensmittel her? Wie werden sie produziert? Viele haben da aber immer noch ein Bild der Landwirtschaft von 1960 vor Augen. Ist es da verwunderlich, dass wir oft aneinander vorbeireden? Oder dass es für jemand Landwirtschaftsfremden verstörend wirkt? Ich finde Nein. Hier ist jeder Landwirt gefragt, zu zeigen und zu erklären, wie Landwirtschaft heute funktioniert. Und warum wir heute so arbeiten. Dabei dürfen wir nicht in die Tiefe gehen, vielmehr müssen wir die einfachsten, grundlegendsten Dinge erklären. Unsere Mitbürger sind interessiert an der Landwirtschaft, also lasst uns das nutzen und dieses Feld nicht anderen überlassen. Denn wer könnte das besser beackern als wir Landwirte selbst?

Dass sich Negativkampagnen für die Landwirtschaft von selber verbieten, sollte klar sein. Denn wollen wir um Verständnis und Vertrauen werben, indem wir auf eine faktenbasierte Risikowahrnehmung setzen, dann geht es nicht um „Gegner“, sondern um Themen. Aber wie wird man damit wahrgenommen?

Es geht um die Deutungshoheit

Zu lange haben wir uns einfach still verhalten. Doch nur wer die Deutungs- und Mei-

nungshoheit hat, bestimmt die Richtung der Landwirtschaft. Können wir es uns leisten, dies weiter zu ignorieren? Kampagnenfähig zu werden heißt einzusehen, dass wir eine gesellschaftliche „Lizenz zur Landwirtschaft“, eine Akzeptanz zur Lebensmittelerzeugung benötigen.

Fest steht, dass nicht der gewinnt, der in Ruhe verharrt, bis der Gegner seine Stellungen bezogen hat. Nur wer in Bewegung bleibt, hat Chancen. Das Gute daran: Diese Strategie kennen Landwirte aus dem eigenen Betrieb.

7. Entwaffnende Kampagnen

„Was wir brauchen, ist eine Kampagne, welche die Skepsis im Hinblick auf politisches Gebaren wieder in ihre alten Rechte als legitime Haltung mündiger Bürger rehabilitiert.“ (Tilman Krause)
Einen neuen Weg, negativen Kampagnen zu begegnen, ging zuerst Werner Schwarz, Präsident des Bauernverbandes Schleswig-Holstein. Er installierte eine Webcam im Stall. Wer will, kann sich bis heute die aktuellen Bilder der Webcam aus dem Sauenstall ansehen. Er stößt dabei auf unerwartet ehrliche Bilder, selbst von toten Ferkeln, weil diese zur Realität im Stall gehören. Das verschafft dem Projekt eine bemerkenswerte Aufmerksamkeit.



Kritiker versuchten natürlich, sich an der Webcam abzuarbeiten. Aber die Transparenz verfehlte ihre Wirkung nicht, denn sie verdeutlichte: Landwirte sind bereit zur Diskussion. Was Shell vor zwanzig Jahren nicht schaffte, ermöglichte die Webcam im Stall: das Bildermonopol der Protestunternehmen zu knacken.

Glaubwürdigkeit erhalten

Was setzen wir dem Negative Campaigning entgegen? Rüsten wir auf, um auf Augenhöhe zurückzuschlagen? Solange unsere Gesellschaft die moralische Wächterfunktion den Umwelt- und Tierschutz-NGO überträgt, werden wir diesen Kampf verlieren.

Wir plädieren daher für „Disarming Campaigning“, entwaffnende Kampagnen. Entwaffnende Kampagnen sind unsere Antwort auf das postfaktische Schwert der Negativkampagnen. Entwaffnende Kampagnen sind offen, echt und ehrlich und immer ein Angebot zum Dialog. Diese Kampagnen basieren auf drei Säulen: Glaubwürdigkeit durch Offenheit, Echtheit und Ehrlichkeit. Offenheit ist entwaffnend, Ehrlichkeit erst recht. Rüsten wir ab, wo auf negative Stimmungsmache gegen die Landwirtschaft

gesetzt wird. Gehen wir ehrlich mit der Gesellschaft um! Nehmen wir den Bürger auf unserem Weg mit.



Ehrlich!

Ehrlich heißt, auch schwierige Themen anzugehen, Ziele aufzuzeigen und Zwischenstände auf dem Weg dorthin zu berichten. Denn es ist natürlich nicht alles gut in der Landwirtschaft. Es gibt viele Themen, an die wir heranmüssen. Darauf hinzuweisen ist ehrlich und notwendig. Die Botschaft: Wir gehen die Probleme an und arbeiten sie ab. Das Positionspapier „Veränderung gestalten“ des Bauernverbandes Schleswig-Holstein ist ein solcher Schritt.

www.bauern.sh/fileadmin/download/Aktuelles/2017-03-07_Veraenderung_gestalten.pdf

Offen!

Die Webcam im Sauenstall war der Urknall des Disarming Campaigning in Bezug auf Offenheit. Transparenz mag im ersten Moment nicht attraktiv sein. Aber sie verschafft die Chance, die eigenen Bilder selber zu zeigen, bevor es jemand anders macht – und diese vor allem selber zu kommentieren. Transparenz hat insofern gerade für ehrenamtlich engagierte Landwirte das Potenzial, sich neue Freiheitsgrade zu schaffen.

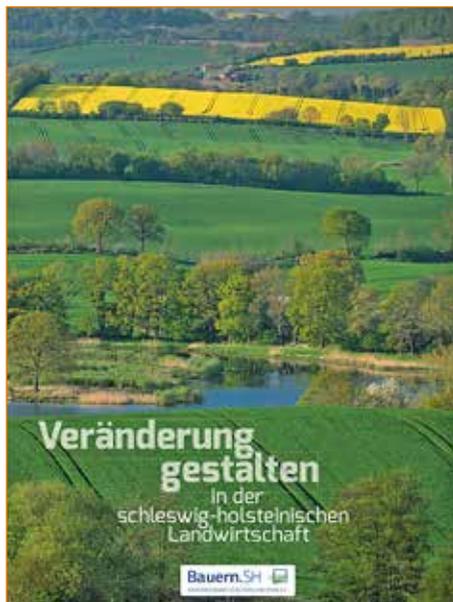
Vorsicht! Betriebsbesuche gefährden Ihre Vorurteile

Echt!

Echt bedeutet, die Bäuerin/den Bauern sprechen zu lassen, weniger den Verband. Die Glaubwürdigkeit, das Vertrauen ist an Personen gebunden, gerade in der Landwirtschaft. Ist aber das Vertrauen vorhanden, gewinnen die Fakten an Interesse. Daher empfiehlt es sich, Erfahrungen auf dem eigenen Betrieb in den Mittelpunkt zu stellen.

Kritische Themen

Auch Bauern bekommen Glaubwürdigkeit nicht geschenkt. Wichtig für unsere eigene Glaubwürdigkeit ist daher, wie wir mit kritischen The-



men umgehen. Hier gibt es zahlreiche Themen, z. B. das Kupieren der Schwänze, tragende Schlachtkühe, Glyphosat, Gentechnik und so weiter bis hin zu schwarzen Schafen. Doch die Landwirtschaft gibt hier inzwischen das Tempo vor und erarbeitet auf Bundes- und Landesebene zahlreiche Positionen, die zeigen, dass man sich damit auseinandersetzt.

Wie aber bringt man solche im Vergleich zu Utopien kleinen Schritte in die Öffentlichkeit, wenn selbst der Tierschutz daran scheitert? Zum einen brauchen wir sicherlich einen langen Atem. Zum anderen haben solche „Wendungen“ als solche einen Neuigkeitswert. Und zum Dritten brauchen wir eine „Graswurzelbewegung“ der Landwirtschaft, die dies auf der betrieblichen und persönlichen Ebene aufgreift und darstellt.



„Manche Kritik zielt eher auf die mediale Wirkung. Aber es gibt berechtigte Kritik und wir nehmen diese ernst. Das Interessante ist, dass diese Kritik auch von Innen kommt, vor allem von jungen Landwirten. Ich finde das klasse, mutig, vorwärts gewandt.“
Werner Schwarz

Der Hebel dazu ist nicht mehr nur der Gartenzaun zum Nachbarn, es sind auch die Sozialen Medien. Dort zeigen Landwirte, dass sie in der Lage sind, die Themenhoheit zurückzugewinnen. Entwaffnend – offen, echt und ehrlich.

Dem Bürger das Denken zurückgeben

US-Präsident Donald Trump ist für die Medien ein gefundenes Fressen. Von seinem Besuch im Vatikan im Mai 2017 bleibt ein Bild in Erinnerung, auf dem Papst Franziskus mit versteinerntem Gesichtsausdruck neben dem US-Präsidenten steht. Natürlich gibt es auch Fotos, auf denen er Trump anlacht. Doch stören diese Fotos eine scheinbar gute Geschichte nur, schreibt Wolfgang Luef in der Süddeutschen Zeitung.

Deshalb werden sie ausgeblendet.

Dass wir solche Geschichten nur allzu gern glauben, liegt an einem psychologischen Mechanismus: Menschen lieben Erzählungen, die für sie Sinn ergeben, egal ob sie stimmen oder nicht.

Vom Papstbesuch des US-Präsidenten verbreitet sich auch ein – zusammengeschnittenes – Video. In diesem sieht es so aus, als würde Papst Franziskus Trumps Hand wegschlagen. Viele Menschen hielten den Film für echt, weil er ins eigene Bild passt.

Raus aus der Blase

Das ist bei landwirtschaftlichen Themen nicht anders. Moderne Technologien eröffnen derzeit ganz neue Räume für Täuschungen und ermöglichen Nutzern, sich in ihrer „Blase“ stets gegenseitig zu bestätigen. Wollen wir sie erreichen, wollen wir mitreden, dann müssen wir

- schnell sein
- polarisieren
- die Wahrnehmungsschwelle überschreiten
- nicht belehren – belustigen
- Bilder und Filme sprechen lassen.

Dabei geht es nicht darum, die Campaigner zu überzeugen. Denn diese hängen an ihrem Job. Es geht um die schweigende Mehrheit der Bürger und Bürgerinnen, die dem Bauern/der Bäuerin weiterhin vertraut. Sie interessieren sich zumindest zeitweise für unsere Landwirtschaft. Wir sehen heute, dass nicht der Verbraucher, sondern der Bürger das Image der Landwirtschaft bestimmt. Warum?

Der Lebensmittelhandel orientiert sich am Verbraucher, Medien und NGO aber am Bürger.

Informieren wir die Bürgerin/den Bürger, sonst tut es jemand anders! Wir haben die Wahl, wir haben die Kompetenz und das Vertrauen. Dabei darf es nicht darum gehen, den Bürger zu belehren. Vielmehr sollten wir ihm zeigen, dass er einen gesunden Menschenverstand besitzt, dem er vertrauen kann. Geben wir dem Bürger das Denken zurück, das ihm andere genommen haben, die ganz gezielt auf Angst setzen.

Entscheide dich, lieber Bürger

Wie erklären wir das Thema Killerkeime? Indem wir darauf hinweisen, dass Kinder aus Dörfern mit Nutztierhaltung statistisch gesehen weniger

häufig an Allergien erkranken. Dies ist heute Allgemeinwissen. Killerkeime und eine größere Widerstandskraft gegen Allergene können nicht aus ein und demselben Stall kommen. Entscheide du, lieber Bürger, was wahr ist.

Wie klären wir über Tiertransporte auf?

Zeigen wir einen Film, der Tier- und Menschentransporte vergleicht!

<https://www.youtube.com/watch?v=IBXvl1xYdOQ>

Entscheide du, lieber Bürger, was wahr ist.

Was sagen wir zum Klimakiller Milchkuh?

Lassen wir die Kuh doch sprechen. Entscheide du, lieber Bürger.

Wie entkräften wir das Thema Massentierhaltung?

Lassen wir den Bürger anhand von Faustzahlen prüfen, ob er als Landwirt nicht selber Massentierhalter sein müsste, um auf sein Gehalt zu kommen! Entscheide du, lieber Bürger.

Wie erklären wir die Besonderheit der Landwirtschaft?

Verweisen wir auf die schärfsten Gesetze der Welt: die Naturgesetze. Entscheide du ...



Denken besiegt Angst

Lassen wir den Bürger wieder selber denken. Nur so wird er seine Angst besiegen und eine Risikowahrnehmung entwickeln, die ihn von der Deutungshoheit anderer befreit. Zahlreiche Initiativen wie „Frag doch mal den Landwirt“, „agrarblogger“ und andere beweisen, dass sich Themen setzen und Diskussionen mitbestimmen lassen.

Zweischneidiges Schwert

Am Ende ist auch das Negative Campaigning ein zweischneidiges Schwert. Es kann sich gegen die eigene Glaubwürdigkeit kehren. Und Glaubwürdigkeit ist das große, aber einzige Kapital vieler Organisationen, die unsere Landwirtschaft kritisieren.

Die Kampagne zu Glyphosat im Bier ist ein Beispiel. Nachdem Journalisten bemerkten, dass die Studie einen Bierkonsum von 1.000 l täglich voraussetze, um den deutschen Grenzwert zu überschreiten, kippte die Stimmung. Medien mögen solchen Meinungen bevorzugt Raum geben. Aber sie lassen sich nicht dauerhaft veralbern!

<https://www.facebook.com/BauernverbandSchleswigHolstein/photos/a.329685690456055.75061.329684410456183/959903920767559/?type=3&theater>

Die Kampagne des Nabu Schleswig-Holstein gegen den Einsatz von Glyphosat kehrte sich um, als bekannt wurde, dass der Nabu den Einsatz genau dieses Totalherbizides auf Naturschutzflächen (!) vor einigen Jahren noch empfohlen hatte, um der sich massiv ausbreitenden Spätblühenden Traubenkirsche Herr zu werden.

<https://www.facebook.com/BauernverbandSchleswigHolstein/posts/900238003400818>

Hamburg braucht täglich

- 1 Hähnchenstall (40.000 Tiere)
- 3 Schweineställe (3.000 Tiere)
- 2 Rinderställe (200 Tiere)

um sich zu ernähren.

12.000 Bauern arbeiten nur für Hamburg.
Wir machen Euch satt, vergesst das nicht!

bauern.sh

Ein „Schietsturm“ extremistischer Veganer auf der Homepage eines Milchviehbetriebes kehrte sich zugunsten des Betriebs, als dieser sich betroffen, aber professionell begleitet vom Bauernverband an die Öffentlichkeit wandte (siehe unten).

<https://www.youtube.com/watch?v=QEJF8ldPbrg&t=18s>

Entwaffnen der Kritiker

In allen Fällen wurden die Themen nicht von den Medien aufgedeckt, sondern vonseiten der Landwirtschaft aktiv bekannt gemacht. Entwaffnende Kampagnen zu fahren kann also auch bedeuten, den Kritikern die Waffen aus der Hand zu schlagen. Es zeigt: Auch die moralische Wächterfunktion der NGO ist nur auf Zeit verliehen.

Entwaffnende Kampagnen zu führen bedeutet nicht, wehrlos sein Gutmenschentum zu pflügen. Sondern Kritik zu üben mit dem Ziel der Entwaffnung, dieses aber immer offen, echt und ehrlich! Es kann also bedeuten, den Kritikern die Waffen aus der Hand zu schlagen. Es kann aber auch bedeuten, sich mit ernsthaften Anliegen der Schutzorganisationen, die fachlich fundiert vorgetragen werden, ergebnisorientiert auseinanderzusetzen. Und es bedeutet auch, mit radikalen Gegnern unserer Landwirtschaft das Gespräch nicht vorschnell abzubrechen.

Wir müssen wissen, wie die Menschen denken. Pseudodebatten, von Kritikern gereinigte Diskussionen erhöhen den Wohlgefühlwert, führen aber zu keinem Ergebnis. Wie wir mit extremen Kritikern umgehen, zeigt, wie offen, echt und ehrlich wir es wirklich meinen. Anstand auf beiden Seiten vorausgesetzt.

Beispiel: Mobbingopfer Bauernhof

Es war ein harmloser Film auf der Facebookseite eines Bauernhofes aus Schleswig-Holstein: Ein Junge steht neben einem Kalb und trinkt ein Glas Milch. Doch was Anfang des Jahres 2017 geschieht, überschreitet jede Grenze. Ein Sturm der organisierten Entrüstung fiel auf der Seite

des Hofes ein: Veganer, die es nicht nur an Toleranz, sondern massiv an Anstand vermissen lassen.

Hier ein paar Beispiele: Nina Meyer zeigt sich unversöhnlich: „Das Kalb gehört zu seiner Mutter ihr Ausbeuter und Schwachmaten. Man sollte euch eure Kinder wegnehmen und euch melken.“ Regine Sterzing zieht einen extremen Vergleich: „Wahrscheinlich hätten Sie es auch toll gefunden, wenn man Ihnen Ihr Baby direkt nach der Geburt entrissen und in einen winzigen Verschlag gesteckt hätte.“ Andrea Deuber findet es pervers: „Das arme Kalb steht daneben und muss zuschauen, wie eine fremde Rasse seine Milch wegtrinkt.“

Michael Haußer

Nur wir können es ändern!

Die Zeiten haben sich geändert. Als meine Großeltern Betriebsleiter waren, hatte fast jeder Mensch in unserem Land direkten Kontakt zu einem Landwirt, sei es über die Familie oder Freunde oder einfach nur, weil Nahrungsmittel knapp waren. Fragen über die Art und Weise, wie Landwirtschaft betrieben wird, wurden nicht gestellt, weil andere Themen wichtiger waren oder weil die Antwort bekannt war. Heute ist das fundamental anders. Jeder Schritt, den wir tun, wird von Teilen unserer Gesellschaft aus unterschiedlichen Motiven hinterfragt oder kritisiert. Wahlweise werden wir als Tierquäler, Umweltverschmutzer oder Brunnenvergifter bezeichnet. Die Kritik fällt bei vielen Menschen auf fruchtbaren Boden, weil sie schlichtweg nicht einschätzen können, ob die Kritik wahr ist oder falsch.

Meine Meinung ist: Daran sind wir selbst schuld! Und nur wir Bauern können das ändern. Wir und die Generation vor uns haben es versäumt, den Menschen zu erklären, was wir tun und warum wir es so tun, wie wir es tun. Die

meisten Menschen haben keinen Landwirt in ihrem persönlichen Umfeld, der Falschinformationen richtigstellen kann. Gleichzeitig interessiert es die Menschen aber, wie ihr Essen erzeugt wird, schließlich ist es ihr Essen. Des-



Michael Haußer, 32, Milcherzeuger aus Weinhausen

halb ist es unsere Aufgabe, unser Tun transparent zu machen und den Leuten zu erklären, wie Landwirtschaft funktioniert. Nur dann haben sie die Chance, Falsches von Wahrem zu unterscheiden. Es gibt verschiedene Wege für Öffentlichkeitsarbeit, und alle werden gebraucht, ob es die Schulkasse auf dem Betrieb, der Online-Blog oder das Hoffest ist. Jeder soll das tun, was ihm am meisten liegt, wichtig ist nur eines: dass JEDER Bauer etwas tut!

Becky V. Kay macht zahlreiche Gesetzesverstöße aus: „Vergewaltigung, Freiheitsberaubung, Bedrängung, Nötigung, Mord, Entzug von Minderjährigen, sexueller Missbrauch, Körperverletzung.“ Gaby V Spreckels: „Einfach nur hirnlos und widerlich, wie hier Tierbabys verhöhnt werden.“ Martin Marks vom Vorstand der V Partei aus Lübeck übt sich in persönlicher Kritik: „Ihr seid der letzte Dreck!“

Sonia Kiefer trifft wohl den Kern der Einstellung, die hinter solchen Posts steht: „Ich verachte Menschen, die Tiere verachten.“ Katrin Luber ist nicht die Einzige, die den Bauern die Pest an den Hals wünscht: „Ich wünsche Euch Neurodermitis, Schuppenflechte, Heuschnupfen, Bauchweh, Durchfall, Akne und alle anderen Krankheiten, die Menschen von Kuhmilch bekommen.“ Auch Miriam Weibezahn hält sich nicht zurück: „Ich wünsche den Sklavenhändlern des Hofes Pest und Cholera und einen qualvollen baldigen Tod ihrer gesamten Familie!“

Innerhalb von zwei Stunden gingen auf der Facebook-Seite des Betriebes über 1.700 Kommentare ein – eine echte Hetzjagd. Und in der Tat steckt hinter der Jagd System. In diesem Fall blies Florian Schröter aus Schleswig-Holstein auf der Seite „Deutschland Vegan“ zum Sturm auf den Hof: „Wo ist der Kotz-Emoji? Also wenn das nicht einen veganen Shitstorm verdient, dann weiß ich auch nicht. Möge der vegane Zorn sie mit seiner vollen Macht treffen.“

Vivi Lein ist Feuer und Flamme: „Wird sofort erledigt und in weiteren Gruppen geteilt!“ Kurz darauf löschte der Hof den Beitrag. Dies wurde von Veganerseite lauthals gefeiert: Melina Wolters freut sich: „Gab wohl mehr Shitstorm als gedacht – sehr gut.“ Florian Schröter antwortet: „750+ Kommentare waren dann wohl doch zu viel, um sie zu löschen.“

Dann wurde die Hofseite verborgen, was zu weiteren Äußerungen auf der Veganerseite führte. Jutta Ferchow reicht dies nicht: „Haben

wohl dicht gemacht. Leider nicht den Hof.“ Fast schon witzig Annette Zahl: „Ich bin ja jetzt niemand, der anderen Menschen seine Weltanschauung und Wertvorstellungen aufdrängt. Aber eine Lüge bleibt eine Lüge.“

Die betroffene Bäuerin reagierte uns gegenüber: „Ich bin enttäuscht und ziemlich fertig, dass so etwas systemisch und wie eine Hetzjagd abläuft. Die Grausamkeit und dieser Hass sind schrecklich.“ Sie sagt aber auch: „Ich fühle mich nicht persönlich angegriffen, weil ich keinen dieser Menschen kenne. Diese Leute haben keine Ahnung von dem, was sie dort geschrieben haben. Aber eins weiß ich ... unsere Seite geht wieder an den Start, sonst hätten diese Menschen genau das erreicht, was die wollten.“

Wo setzt eine entwaffnende Kampagne an? Zuerst, indem man diese Äußerungen öffentlich macht. Dies tat der Bauernverband am 7. März 2017 auf seiner Facebookseite. Die Reaktionen waren überwältigend: 820-mal geteilt, über 3.200 Kommentare, 186.000 erreichte Personen.

**Es führt kein
Veg an
der
Nutztierhaltung
vorbeil**

**(2/3 der weltweit genutzten
Fläche ist Grünland.)**

Eine Woche lang wurde dieses Thema auf der BV-Seite behandelt:

- 7. März: Bericht „Veganer Terror im Netz“
- 8. März: „Massentierhaltung im vorigen Jahrhundert: 100 bis 200 Tiere?“ Schon seit 20 Jahren beschäftigt sich der BV mit dem Thema Massentierhaltung.

- 8. März: Meldung „Schröter distanziert sich (etwas) von Hasskommentaren“
- 9. März: Abhandlung „Dürfen wir Tiere töten?“
- 9. März: Spruch „Es führt kein Veg an der Massentierhaltung vorbei.“
- 9. März: „Fleischessen hat uns schlauer gemacht.“ Link zu einem TV-Bericht
- 10. März: Zitat Werner Schwarz „Zum Glück ist das Angebot an Nahrungsmitteln so vielfältig, dass jeder nach seiner Überzeugung satt werden kann. Wir Bauern ernähren sie alle!“
- 11. März: Auszug aus einer Rede von Werner Schwarz.

„Natur ist wunderschön, aber zugleich verstörend brutal. Des einen Leid ist des anderen Nahrungsgrundlage. Ein Skandal ist es nicht. Aber ist es Tierquälerei? Oder normal? Oder beides? Der Mensch handelt ethisch. Deshalb geben wir dem Tierleid einen Namen. Deshalb hat der Tierschutz Eingang in das deutsche Grundgesetz gefunden. Deshalb erforschen wir tierische Verhaltensweisen. Deshalb halten und ernähren wir unsere Tiere nach bestem Wissen und Gewissen.

Tierquälerei im Stall darf es nicht geben. Recht ist einzuhalten. Gibt es ein Problem, dann muss man ran. Das tun wir auch. Oder glaubt jemand, die gezeigten Bilder wären der Alltag in unseren Ställen? Wie soll ein Betrieb da überleben? Die Fakten sagen etwas über die Landwirtschaft aus. Hier muss jeder um seine Verantwortung wissen. Der mediale Umgang mit den Fakten, sagt aber etwas über deren Kritiker. Wir verlangen einen objektiven, dabei gerne kritischen Umgang mit uns! Es bleibt dabei: Gerade jetzt,

im Angesicht der Kritik gilt es, offen, echt und ehrlich zu kommunizieren.

Ich fordere

- mehr Ehrlichkeit in der Debatte,
- mehr Objektivität in der Berichterstattung,
- mehr Sachlichkeit im Umgang mit uns.

Allen Bürgerinnen und Bürgern rufe ich zu: Gönnen Sie uns Erfolg. Denn unser Erfolg – das sind Ihre Lebensmittel! Von keinem anderen Wirtschaftsbereich profitiert der Bürger so viel und so direkt wie von der Landwirtschaft.“

- 24. März: Film des Bauernverbandes auf dem Hof <https://www.facebook.com/BauernverbandSchleswigHolstein/videos/1289251707832777/>



Der Film erreichte noch einmal 275.000 Personen, wurde erbracht 2.200 Kommentare, wurde 1.100-mal geteilt.

Bemerkenswert waren der Mut der Betriebsleiterfamilie und ihr Wille, solcher Hetze nicht nachzugeben. Wichtig war die Einbindung in Organisationen (LandFrauen, Landjugend, Bauernverband). Der Betrieb entschied sich, die schlimmsten Kommentare strafrechtlich verfolgen zu lassen. Öffentliche Medien wurden auf den Fall aufmerksam. Es wurde berichtet.

Mit einer Mischung aus „Erklären und Wehren“, verbunden mit Betroffenheit und Witz, Diskussion und klarer Abgrenzung von Hass erreichte die Landwirtschaft mehr als die gegen sie gerichtete Schmutzkampagne. Offen, echt und ehrlich entwoffnete man den Hass durch die Offenbarung des Mobbings.

Beispiel: Webcam zeigt tote Ferkel

Ähnliches erlebte Bauernpräsident Werners Schwarz im Oktober 2016. Nachdem die ARD-Sendung „Panorama“ illegal aufgenommene Stallvideos von landwirtschaftlichen Ehrenamtlichen veröffentlicht hatte, wollte eine Tierschutzorganisation von diesem Hype profitieren. Der Verein „Tierretter“ hatte Webcam geguckt statt Tiere zu retten – bei Werner Schwarz. Und grub einen „Skandal“ erster Güte aus: Ferkel, die tot geboren wurden. Zwar wurden die Tiere ordnungsgemäß auf dem Gang abgelegt, bevor sie entfernt wurden. Doch das reichte nicht, finden die Retter.

Werner Schwarz dazu: „Ist es nicht wichtiger, sich um die Lebenden zu kümmern als die Totgeborenen sofort aus dem Bild zu räumen? Denn das ist die Realität bei uns!“

Auf diese offene, entwoffnende Antwort des Schweinehalters Schwarz ließ sich kein Skandal aufbauen. Die Antwort setzt allerdings voraus, dass man die eigenen Bilder zeigt. Die Webcam stört Tierrechtler aller Art massiv, denn sie zeigt Bilder der echten Schweinehaltung in Echtzeit: Alle 20 Sekunden ein neues Standbild, seit dem Jahr 2013.

Nur schwer können die Tierretter mit der geliebten Transparenz des Präsidenten in Bezug auf moderne Schweinehaltung umgehen und formulierten gewagt: „Die Bilder bewegen sich zwischen tatsächlicher Transparenz und beschönigenden Aussagen.“ Was an der Darstellung der Sauenhaltung beschönigend sein soll, kann man sich in der Tat fragen, siehe

<https://www.bauern.sh/die-webcams/die-webcam-aus-dem-sauenstall-von-werner-schwarz.html>

Die toten Tiere waren es sicher nicht.

Der Verein gab zu, dass es tote Ferkel auf jedem Hof gibt, auch auf Biohöfen. Aber als „einkalkulierter Verlust“ sei das ein Skandal. Die Antwort des Präsidenten, dies sei eben auch „Natur“, muss man dann natürlich für ebenso skandalös halten. Dabei liegt die Verlustrate im Stall bei 11,6 %, in der Natur dagegen liegt sie bei 50 %. Ein Skandal? Wer eine Versachlichung möchte, dem seien die Webcam und die erläuternden Filme empfohlen. Keine Schönfärberei, echte Schweinehaltung. Sauererien finden woanders statt.

Diese Aktion macht deutlich: Wer – gerade als Ehrenamtler – seine eigenen Bilder zeigt, gewinnt eine neue Freiheit, und die Deutungshoheit über das, was er tut. Zumal er so verhindert, dass speziell aufbereitete Fotos produziert werden.

Webcam als Schutz

Nicht nur bäuerliche Ehrenamtliche, auch Landwirte in der Politik müssen inzwischen fürchten, dass man in ihre Ställe eindringt, um sie als Personen des öffentlichen Lebens gezielt zu diskreditieren. Was kann man dagegen tun? Den Stall abschließen? Immer einen Anwalt bei der Hand haben? Nicht nur. Der beste Schutz ist es, eigene Bilder zu veröffentlichen. Die Webcam scheint im Moment das einzige Mittel, um sich gegen solche illegalen und oft abwegigen Aufnahmen zur Wehr zu setzen. Wer selber Bilder zeigt, der beweist, dass an 360 Tage im Jahr alles in Ordnung ist. Die letzten fünf Tage sind einer Natur geschuldet, die sich nicht in Nulltoleranzen pressen lässt. Wichtig ist, wie man dann mit solchen Bildern umgeht. Werner Schwarz zeigt, dass es geht. Der große Vorteil selbst negativer Bilder: Ich kann selber erklären, was gerade nicht läuft und wie ich es abstellen werde.

8. Stallsicherheit

Was darf ich tun, wenn jemand in meinen Stall einsteigt?

Immer wieder dringen Unbefugte in Ställe ein, um dort Videoaufnahmen oder Fotografien zu machen. Die Eindringlinge bleiben oft unerkannt. In den Medien werden diese Filme dann zu Skandalen verarbeitet. Beim betroffenen Landwirt bleibt ein Gefühl des Unbehagens und der Ohnmacht zurück. Neben der Pflicht zur eigenen Öffentlichkeitsarbeit hat natürlich jeder das Recht und die Pflicht, seine Privatsphäre zu schützen.

Was sind die rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten, mit denen man bereits im Vorfeld agieren und in der akuten Situation richtig reagieren kann?

Warum überhaupt Stallsicherheit?

Eine erhöhte Stallsicherheit soll nicht in erster Linie dazu dienen, ungenehmigte – und wohlmöglich unangenehme – Foto- und Videoaufnahmen zu verhindern. Vielmehr geht es darum, die Sicherheit und Gesundheit der Tiere zu gewährleisten. Zum einen werden die Tiere bei einem unbefugten Einstieg in ihrer Ruhe gestört und unnötig beunruhigt. Zum anderen besteht die Gefahr, dass durch unbefugte Personen Keime und Krankheitserreger anderer Herden oder von Wildbeständen in Ihre Stallungen getragen werden. Dies ist gerade in Anbetracht der Ausbreitung der Afrikanischen Schweinepest (ASP) in Osteuropa von ganz akuter Bedeutung.

Daneben stellt das unbefugte Eindringen in Stallgebäude einen rechtswidrigen Eingriff in die persönlichen Rechte des Landwirts dar, der sowohl strafrechtliche als auch zivilrechtliche Folgen nach sich ziehen kann.

Welche strafrechtlichen Möglichkeiten habe ich?

Strafrechtliche Verfahren werden von staatlichen Ermittlungsbehörden – vornehmlich der Polizei – durchgeführt. Sollte eine unbefugte Person den Stall betreten haben, so sollten Sie dies bei der Polizei melden und zur Anzeige bringen. Kosten entstehen dadurch keine. Folgende Delikte könnten auftreten:

1. Hausfriedensbruch, § 123 StGB

Ein Hausfriedensbruch liegt unter anderem vor, wenn jemand in das „befriedete Besitztum“ eines anderen widerrechtlich eindringt. „Befriedetes Besitztum“ im strafrechtlichen Sinne sind Grundstücksflächen oder Gebäude, welche in äußerlich erkennbarer Weise durch Mauern, Zäune, Hecken oder ähnliche Vorrichtungen gegen das beliebige Betreten durch andere gesichert sind. Darunter fallen Ställe auf einem Hofgelände, aber auch im freien Feld. Mit Betreten einer Stallanlage ist daher der Tatbestand des Hausfriedensbruchs zumeist verwirklicht. Diese Straftat wird von der Polizei nur auf Antrag verfolgt. Daher ist es wichtig, dass Sie einen solchen Vorfall unverzüglich bei der Polizei zur Anzeige bringen.

2. Sachbeschädigung, § 303 StGB

Eine Sachbeschädigung begeht, wer rechtswidrig eine fremde Sache zerstört oder beschädigt. Sollten durch das Eindringen in einen Stall Schäden entstanden sein, liegt also eine Sachbeschädigung vor. Auch das Eintragen von Krankheitserregern oder der stressbedingte Tod eines Tieres sowie das Verunstalten durch Graffiti et cetera kann den Tatbestand der Sachbeschädigung erfüllen. Allerdings muss die Sachbeschädigung vorsätzlich erfolgen. Eine fahrlässige Begehung

der Sachbeschädigung kennt das Gesetz nicht. Daher müsste nachgewiesen werden, dass diese Schäden vorsätzlich verursacht wurden, was im Zweifel schwerfallen dürfte.

3. Diebstahl, § 242 StGB

Ein Diebstahl ist gegeben, wenn Gegenstände aus der Stallanlage mit der Absicht entfernt wurden, diese zu behalten. Dies kann im Einzelfall schwierig nachzuweisen sein. Ist das Stallgebäude durch eine Schließanlage gesichert, die der Täter überwindet, um in das Stallgebäude einzudringen, und entwendet er dann Gegenstände, so liegt sogar ein besonders schwerer Fall des Diebstahls vor. Dieser kann mit einer Freiheitsstrafe von bis zu zehn Jahren bestraft werden.

4. Einbruchdiebstahl, § 244 StGB

Den umgangssprachlich als „Einbruch“ bezeichneten Tatbestand kennt das deutsche Strafrecht nur in der Form des Wohnungseinbruchdiebstahls, § 244 StGB. Dieser Tatbestand ist nur erfüllt, wenn zum Zwecke des Diebstahls in eine Wohnung eingedrungen wird. Dieser Tatbestand ist beim Eindringen in Stallgebäude nicht erfüllt.

Das strafrechtliche Verfahren dient allein der Sanktionierung des Täters für den konkreten Einzelfall. In einem solchen Verfahren wird weder ein Schaden ersetzt noch ein zukünftiges unbefugtes Betreten der Stallanlage verhindert. Hierfür müssten Sie ein zivilrechtliches Verfahren durchführen.

Welche zivilrechtlichen Möglichkeiten habe ich?

Ein zivilrechtliches Verfahren wird durch Erhebung einer Klage beim zuständigen Gericht eingeleitet. Dafür muss die Identität der unbefugten Person bekannt sein, da die Klage sonst nicht zugestellt werden kann. Bereits hieran scheitern viele zivilrechtliche Verfahren, da die

Identität der unbefugten Person oft nicht ermittelbar ist. Sollte die Identität festgestellt werden, kämen grundsätzlich zunächst folgende zivilrechtliche Ansprüche in Betracht:

1. Unterlassungsanspruch

Das unbefugte Betreten von Stallanlagen durch fremde Personen stellt zivilrechtlich eine Beeinträchtigung des Eigentums dar. Eine solche Beeinträchtigung muss der Eigentümer nicht dulden. In der Regel ist die Beeinträchtigung aber nur vorübergehender Natur und mit dem Verlassen des Stallgebäudes wieder beendet. Der Eigentümer hat dann einen Unterlassungsanspruch gegen den Störer zur Abwehr zukünftiger Beeinträchtigungen.

2. Schadenersatz

Schadenersatzansprüche bestehen, wenn durch das unzulässige Eindringen eine Sache beschädigt wurde. Insbesondere bei Eintragung von Krankheiten oder Tod eines Tieres kämen Schadenersatzansprüche in Betracht. Allerdings müsste auch hier das Verschulden des Schädigers nachgewiesen werden.

Wurden ungenehmigte Film- oder Fotoaufnahmen innerhalb Ihrer Stallanlage gemacht, so ist die Vervielfältigung und Verbreitung dieser Aufnahmen unzulässig. Sie haben die Möglichkeit, hiergegen vor den Gerichten auf Unterlassung der Vervielfältigung und Verbreitung zu klagen. Die Veröffentlichung kann allerdings unter bestimmten Umständen durch die Grundrechte der freien Meinungsäußerung und Pressefreiheit nach Art. 5 des Grundgesetzes geschützt sein.

In jedem Fall sollten Sie sich von einem Rechtsanwalt beraten lassen. Denn in einem Zivilrechtsstreit hat die unterliegende Partei die Kosten des Verfahrens zu tragen. Es besteht daher immer ein Kostenrisiko, welches es im Vorhinein abzuwägen gilt. Ab einem Streitwert von über 5.000,- € ist ein Rechtsanwalt sogar von Gesetzes wegen beizuziehen.

Wie verhalte ich mich, wenn ich eine unbekannte Person auf meinem Betrieb antreffe?

Wichtig ist, Ruhe zu bewahren und an erster Stelle auf Ihre eigene Sicherheit zu achten. Stellen Sie sich keinesfalls in den Weg. Spielen Sie nicht den Helden! Benachrichtigen Sie stattdessen umgehend die Polizei, und geben Sie ihr eine möglichst genaue Beschreibung des Täters. Das eigenmächtige Festhalten der unbekanntenen Person ist zwar nach § 127 StPO in engen Grenzen gestattet, sollte allerdings unterbleiben, da Sie sich dadurch unnötig selbst in Gefahr bringen und bei unverhältnismäßigem Handeln unter Umständen selbst eine Straftat begehen (Nötigung, Freiheitsberaubung, Körperverletzung et cetera).

Was tue ich, wenn in meinen Stall eingedrungen wurde?

Fällt Ihnen an oder in Ihrem Stall etwas Besonderes auf, sollten Sie diese Beobachtungen notieren und gegebenenfalls fotografieren. Im Falle eines Einbruchs oder einer Sachbeschädigung sollten Sie sofort die Polizei benachrichtigen, die

Schäden ebenfalls dokumentieren und fotografieren und den Schaden zur Anzeige bringen.

Was kann ich tun, um ein Eindringen in meinen Stall zu verhindern?

Eine gute Ausleuchtung des Hofgeländes mit Bewegungsmeldern und ein wachsamer Hofhund haben bereits abschreckende Wirkung. Daneben stehen aber noch weitere Möglichkeiten offen:

- mechanische Schließsysteme und Schließanlagen
- alternative Schließsysteme, wie elektronische Schlüssel, Codetastaturen oder Erkennung biometrischer Merkmale (Fingerabdruck)
- Alarmanlagen
- Videoüberwachung

Welche Maßnahmen am besten zum täglichen Betriebsablauf Ihres eigenen Hofes passen, sollten Sie vor der Anschaffung gut überlegen. Möglichweise können vorhandene Systeme (wie Alarmanlagen bei Ausfall von Lüftung oder Fütterung) auch für die Außensicherung mitgenutzt werden. Beim Einsatz von Videokameras sind datenschutzrechtliche Aspekte unbedingt zu beachten.

9. Zu guter Letzt

Angesichts all der Kritik an der Landwirtschaft, vor allem der Nutztierhaltung kommt die Frage auf: Warum macht keiner vor, wie es wirklich geht? Alle wissen es besser, aber niemand setzt es um. Warum? Weil es offenbar niemand besser kann als der Bauer. Bauern sind die besten Kompromissfinder und Kompromisssschließer, die es gibt, was das Erzeugen von Lebensmitteln angeht. Sie müssen allerdings noch besser darin werden, dies selbstbewusst – und selbstkritisch – zu vermitteln. Gehen wir da ran – gemeinsam.



Bauern und Bäuerinnen genießen als Personen das Vertrauen der Gesellschaft. Sie haben allen Grund und eine große und dauerhafte Chance, mit Selbstbewusstsein und Stolz von dem zu berichten, was ihr Leben ausmacht: Der Dreiklang Umweltschützer-Tierschützer-Bauer ist kein Marketinggag, sondern Grundvoraussetzung für Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft. Machen wir dem Bürger deutlich: „Mein Erfolg sind deine Lebensmittel!“

Der Kabarettist Vince Ebert erklärt dazu: „Als Unternehmensleiter sähe ich es als meine Verantwortung an, zu bestimmten Themen, die gesellschaftspolitisch nicht laufen, Stellung zu nehmen. Sonst überlassen Sie die öffentliche Diskussion den Dampfplauderern. Unternehmer müssen nicht kamikazemäßig alles raushauen, was sie denken. Aber sie könnten und sollten sich klarer positionieren. Hintenrum Lobbyismus zu betreiben, finde ich feige. Kapitalismus ist mehr als nur Geldverdienen. Marktwirtschaft basiert auf gegenseitigem Respekt, auf Vertrauen und auf Ehrlichkeit.“

Wir sind auf dem richtigen Weg!

Und am Ende kann es dann so kommen: Sie ist Grundschullehrerin aus Überzeugung. Kinder gehen ihr über alles. Was sie tut, das macht sie ganz bewusst. Oft ist sie betroffen, meistens wegen anderer. Kritik fällt ihr leicht, schließlich machen die anderen so viel falsch. Ihr Motto: Morgens hab ich recht und nachmittags frei! Landwirtschaft kennt sie aus dem Schulbuch und aus der Presse. Gerne würde sie mit der Klasse auf einen Bauernhof fahren, aber nur bio!

Als sie ihren späteren Mann kennenlernt, einen konventionellen Schweinehalter, reagiert sie zunächst mit Abscheu. Auf einer Skala von links „Bauer sucht Frau“ bis rechts „Massentierhalter“ ordnet sie ihn schon fast als rechtsradikal

ein. Erst nachdem sie auf dem Hof lebt, merkt sie, wie komplex Landwirtschaft ist. Dass Bauern weniger eine bestimmende als vielmehr eine die Natur unterstützende Tätigkeit ausüben. Dass ihre Ansichten über Landwirtschaft falsch waren. Sie benennt die konventionelle Landwirtschaft um in „klassische“ Landwirtschaft. Weil Bauern Klasse sind und weil Landwirtschaft ein Klassiker ist, der immer gebraucht wird. Ihre Kolleginnen schütteln den Kopf über diese Kehrtwende. Die Schüler aber sind begeistert. Stellen wir uns also auf: entwaffnend – offen, echt und ehrlich. Und mit einer gehörigen Portion Selbstbewusstsein. Wir werden gebraucht, weil wir mit Leben zu tun haben. Erklären müssen wir es selber.

Arbeiten wir gemeinsam daran, dass „die Meinung über uns und unsere Lebensmittel wieder so wird, wie die Lebensmittel selbst: super!“
(Werner Schwarz)

Sönke Hauschild



10. Quellen:

Ein wesentlicher Teil der Abhandlung basiert auf verschiedenen Reden von Präsident Werner Schwarz:

- Landesbauernntag Schleswig-Holstein am 8. September 2017 in Rendsburg
 - Sebastiani-Bauernntag am 14. Januar 2017 in Nabburg
 - 1. Agrar-Blogger-Camp 2017 am 16. Februar 2017 in Münster
 - Hamburger Bauernntag am 14. Juni 2017
 - Allgäuer Bauernabend am 22. Juni 2017
 - Liborikundgebung am 25. Juli 2017 in Paderborn
-
- www.salonkolumnisten.com/nur-angst-ist-kampagnenfaehig/
 - www.zeit.de/wissen/2016-06/angst-unsicherheit-demagogie-hetze-medien-erfahrung
 - www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/gruenen-waehler-halten-rekord-bei-flugreisen-a-1002376.html
 - <http://katholisch.de/aktuelles/aktuelle-artikel/papst-kritisiert-co2-kompensation-fur-flugreisen>
 - www.nzz.ch/feuilleton/wir-koennen-die-welt-zerstoeren-aber-wir-koennen-sie-uns-nicht-gefuegig-machen-ld.1317954?mktcid=nled&mktcval=107_2017-9-26
 - www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/frank-walter-steinmeier-kritisiert-medien-fuer-umgang-mit-protestparteien-a-1170225.html
 - www.spiegel.de/extra/fuenf-thesen-zum-digitalen-journalismus-was-wir-von-verschwoerungs-theoretikern-lernen-koennen-a-1162050.html
 - www.bfr.bund.de/epaper/verbrauchermonitor_2017_deutsch/
 - http://supportprecisionagriculture.org/nobel-laureate-gmo-letter_rjr.html
 - www.achgut.com/artikel/greenpeace_beharrt_auf_ignoranz_und_arroganz
 - www.greenpeace.de/themen/landwirtschaft/gentechnik/golden-rice-und-tote-kinder
 - www.goldenrice.org/PDFs/Golden_Rice_flyer_2015.pdf
 - <https://www.greenpeace.de/themen/gentechnik/falsche-versprechungen-wahre-luegen-die-gentechnik-industrie-und-ihre>
 - <https://edition.welt.de/issues/168495552/kultur/article/168547633>
 - www.bauern.sh/fileadmin/download/Aktuelles/2017-03-07_Veraenderung_gestalten.pdf
 - <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/46062/Zu-gut-um-wahr-zu-sein>
 - www.youtube.com/watch?v=__VKFnHsZnl
 - www.facebook.com/BauernverbandSchleswigHolstein/photos
 - www.facebook.com/BauernverbandSchleswigHolstein/posts/900238003400818
 - www.youtube.com/watch?v=QEJF8ldPbrg&t=18s
 - www.facebook.com/BauernverbandSchleswigHolstein/videos/1289251707832777/
 - <https://www.bauern.sh/die-webcams/die-webcam-aus-dem-sauenstall-von-werner-schwarz.html>
 - www.marktundmittelstand.de/themen/macher/wenn-der-kunde-nicht-lacht-ist-es-kein-witz-1260781/
-
- Strategien der Öffentlichkeitsarbeit in der Landwirtschaft – Glaubwürdigkeit durch Disarming Campaigning? Masterarbeit Yascha Koik, Fachhochschule Kiel, Wintersemester 2016/17
 - Bauern unter Beobachtung, Sönke Hauschild, 2014

Was kann die HofPlaner-App?

HofPlaner erinnert Sie durch eine tagesaktuelle Aufgabenliste an anstehende Fristen und Pflichten:

- Fristen, Pflichten und Termine betriebsindividuell auswählen
- Benachrichtigungen einstellen
- Dokumentationspflichten direkt in der App erledigen
- Archivierung erledigter Aufgaben
- Melde- oder Antragsformulare sind hinterlegt oder verlinkt
- Direkte Ausfülloption für die wichtigsten Formulare
- Kontaktdaten der zuständigen Stellen sind hinterlegt
- Für mehrere Betriebsstätten und mehrere Mitarbeiter nutzbar
- Schneller Zugriff über das Mobiltelefon

**Vollversion
jetzt verfügbar!**

Die App ist für BV-Mitglieder verfügbar zum Preis von 10,- € monatlich, bei Jahresabbuchung 98,- €.

HofPlaner entwickelt von

Bauern.SH 

BAUERNVERBAND SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V.

in Zusammenarbeit mit

TRASER
SOFTWARE

Vorab kostenlos testen!

 Laden im
App Store

APP JETZT BEI
 Google Play