

Arbeitsgruppe Zukunftsbauern: Ergebnisse und Vorschläge

- Diskussionsgrundlage für den Deutschen Bauerntag

Zeit für eine neue Orientierung

Die Zukunftskommission Landwirtschaft hat in Ihrem Abschlussbericht den Weg zu einer zukunftsfähigen und nachhaltigen Landwirtschaft in der Mitte der Gesellschaft vorgezeichnet. Diese Veränderungen sind nur gemeinsam mit der Landwirtschaft umsetzbar. Ein Wandel im Sinne der Kommission wird vor allem dann gelingen, wenn möglichst viele Landwirte den Prozess aktiv und konstruktiv mitgestalten. Das ist der Ausgangspunkt für das Selbstverständnis und die Idee des Zukunftsbauern als ein Angebot: an die Landwirtschaft selbst und auch an die Gesellschaft.

Wir Bauernfamilien, Landwirtinnen und Landwirte haben es selbst in der Hand, die Dinge für die Landwirtschaft zum Besseren zu wenden. Dazu braucht es Ehrlichkeit, Offenheit, Veränderungsbereitschaft, Mut und unternehmerisches Denken. Wenn wir Wertschätzung, Veränderung und Unterstützung von Gesellschaft und Politik einfordern, wollen wir auch eine Veränderung in der Branche selbst anschieben, und zwar in dreifacher Hinsicht:

- Mit einem neuen Selbstverständnis als Unternehmer und Gestalter von Natur, Landschaft und ländlicher Kultur
- Mit einem neuen Rollenverständnis als Lösungsanbieter für gesellschaftliche Anforderungen, als aktiver Teilnehmer gesellschaftlicher Debatten sowie als Brückenbauer in andere Gruppen und Schichten
- Mit einer neuen Kommunikation und neuen Botschaften nach innen und außen

Für diese drei Handlungsfelder hat die Arbeitsgruppe Zukunftsbauern im DBV Ideen zusammengetragen und Projektvorschläge erarbeitet, mit denen der Wandel umgesetzt werden soll.

I. Vorschläge für ein neues Selbstverständnis

Ein erfolgreicher Wechsel kann nur mit einem veränderten und neuen Selbstverständnis gelingen. Dazu gehört die Bereitschaft, gedanklich über die landwirtschaftlichen Kreise hinauszugehen, sich auf die Gesellschaft zuzubewegen und vor allem das vertraute „Schwarzer-Peter-Spiel“ zwischen der Landwirtschaft und ihren Kritikern zu beenden. Das erfordert mehr echte Offenheit als bisher, Offenheit für kritisch-konstruktive Stimmen, für Zusammenarbeit mit anderen gesellschaftlichen Gruppen; und nicht zuletzt einen ehrlicheren Umgang mit den vielen Zielkonflikten. Ein neues Selbstverständnis heißt vor allem auch Abschied zu nehmen von einer durchaus verbreiteten Opferrolle, in der sich manche Landwirte – bewusst oder unbewusst – sehen und dies auch nach

außen tragen. „Opfer“ können und wollen nicht wirklich gestalten. Mit dem gewandelten Selbstverständnis wollen wir

- zurück in die Mitte der Gesellschaft und raus aus der Opferrolle. Wir sind Mitgestalter unserer eigenen Zukunft.
- dazu auch unsere eigene Komfortzone verlassen, in Bildung und gesellschaftliche Vernetzung investieren und uns mit anderen Teilen der Gesellschaft verbinden.
- „Botschafter“ in unseren Reihen finden, die den Wert von Bildung und Vernetzung erlebbar machen und Kontakte aufbauen, pflegen und für Berufskollegen zugänglich machen. Ziel ist es, die Vernetzung mit anderen Bereichen und Branchen außerhalb der Landwirtschaft voranzubringen.
- die gute Tradition im ehrenamtlichen und politischen Engagement von LandwirtInnen und Landwirten wiederbeleben und fördern.

Auf dieser Grundlage schlägt die Arbeitsgruppe zwei Projekte vor:

1. Eine Aus- und Fortbildungsoffensive

Hier geht es um persönliche Weiterentwicklung über Bildung. Die Gesellschaft verändert sich, die Bereitschaft zur fachlichen, aber auch persönlichen Weiterentwicklung werden immer wichtiger. Diese Erkenntnis ist Teil des bäuerlichen Selbstverständnisses, aber bedarf deutlich stärkerer Unterstützung. Das wichtigste Kapital des Betriebes ist der Mensch, die Unternehmerfamilie und die Mitarbeiter. Fort- und Weiterbildung geht alle an – egal in welchem Alter. Zukunftsfähige Unternehmen müssen immer wieder in fachliche und persönliche Weiterbildung investieren, um dies zu bleiben.

Bildungsangebote sollten verstärkt in der Fläche etabliert werden, um überfachliche Inhalte, Persönlichkeitsbildung, Kommunikationskompetenz und politische Bildung und Kompetenzen zu vermitteln, die auf ein zukunftsfähiges bäuerliches Selbstverständnis einzahlen.

Dieses Weiterbildungsangebot muss über Einrichtungen geschehen, die eine gute Verbindung zur Landwirtschaft haben. Dazu zählen die Andreas Hermes-Akademie, die regionalen Akademien, die Agrarfakultäten der Universitäten und Hochschulen, Berufsschulen, Meisterkurse bis hin zur Landjugend. Dabei sind ganz unterschiedliche Formate denkbar: Miniworkshops, Kurzschulungen, eigene Module in Rahmen von Studiengängen oder auch kurze „Appetizer“, die erste Ideen eines neuen Selbstverständnisses vermitteln. Wir wollen Botschafter finden, die die Idee des Zukunftsbauern und die Attraktivität der Angebote verbreiten und aus eigener Erfahrung glaubwürdig den Berufskollegen vermitteln können, warum Bildung und Weiterbildung für den unternehmerischen Erfolg wichtig sind.

2. Zukunftsbauern als Netzwerker

Ein neues Selbstverständnis erwächst auch daraus, dass wir Bauern aufgeschlossen gegenüber der übrigen Gesellschaft sind. Wir wissen, dass wir uns auf die Gesellschaft zu bewegen müssen. Über dieses Projekt soll gezeigt werden, wie wichtig Vernetzung ist; warum es sich lohnt, aktiv auf andere Teile der Gesellschaft zuzugehen, sich kommunalpolitisch zu engagieren, Sichtbarkeit zu erhöhen, Messen und regionale Parteitage zu nutzen oder schlicht aktiv zu werden im eigenen Dorf. Möglich sind auch Runden Tische, Treffen mit örtlichen Naturschutzverbänden,

Austauschplattformen oder gemeinsame Projekte, die alle in unserem eigenen landwirtschaftlichen Interesse sind. Wichtig ist ein konstruktiver Umgang mit Konflikten und Konfliktpartnern.

Mögliche Partner oder Formate dafür können sein

- Verbände der mittelständischen Wirtschaft, des Handwerks oder der Familienunternehmer
- politische Parteien
- Expertenrunden mit anderen Branchen
- Wissenschaft und Wirtschaft, innovative Betriebe und Start Ups
- andere Nichtregierungsorganisationen und Stakeholder (z. B. aus dem Natur- oder Umweltschutz)
- und schließlich auch die der Landwirtschaft nahestehenden Verbände der Landnutzer und des ländlichen Raums.

Die Begleitung derartiger Vernetzungsinitiativen soll über einen Koordinator beim DBV geschehen, der mit weiteren Ansprechpartnern in den Landesbauernverbänden zusammenarbeitet, die ihrerseits Projekte in der Fläche betreuen und die Ergebnisse und Erfahrungen auf die Bundesebene zurückspielen.

II. Vorschläge für ein neues Rollenverständnis

Ein gewandeltes Selbstverständnis ist die Grundlage für ein neues Rollenverständnis. Demnach ist die Bauernfamilie Unternehmer und gesellschaftliche Kraft. Der Zukunftsbauer steht nicht außerhalb der Gesellschaft, lässt seine Wagenburg hinter sich und ist als wichtiger Teil der Gesellschaft Brückenbauer in andere gesellschaftliche Gruppen und Schichten.

Gesellschaftlicher Wandel darf nicht nur als Bedrohung, sondern auch als Chance für neue Geschäftsmodelle gesehen werden. Landwirtschaftliches Unternehmertum wird immer vielfältiger und beschränkt sich nicht auf bestimmte Betriebsgrößen oder allein auf das Wachstum des Betriebs. Die klassische Rolle als Ablieferer landwirtschaftlicher Produkte wird wandelt sich zum aktiven Unternehmer und zum unternehmerischen Dienstleister für die Gesellschaft.

Kern solcher Geschäftsmodelle ist dabei eine klare Kundenorientierung. Wo nachgefragt und unternehmerisch sinnvoll, konzentrieren sich Landwirtinnen und Landwirte auf den Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe. Unter anderen Standortbedingungen schaffen sie eigene identitätsstiftende Marken oder treten als Dienstleister und Anbieter im Markt für Natur- und Klimaschutzleistungen auf.

Landwirtschaftliche Unternehmer gewährleisten nicht nur Versorgungssicherheit bei Nahrungsmitteln, sondern immer stärker auch bei Energie. Sie haben eine Schlüsselrolle bei der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und beim Schutz von Klima und Ökosystemen.

Auch nach der sprichwörtlichen Zeitenwende des Ukraine-Krieges bleiben die großen gesellschaftlichen Herausforderungen der Energiewende, des Schutzes von Klima- und Artenvielfalt und der Erhaltung einer vielfältigen Agrarstruktur bestehen. Bei der Bewältigung

dieser Aufgaben sehen die Zukunftsbauern sich nicht als Problemverursacher, sondern als Problemlöser.

Oberstes Ziel dieses Rollenverständnisses ist es, mehr Wertschätzung und mehr Wertschöpfung auf die Höfe zu bekommen. So kann es gelingen, Brücken zu bauen zwischen gesellschaftlichen Anforderungen und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit.

Auf dieser Grundlage schlägt die Arbeitsgruppe zwei Projekte vor:

1. Photovoltaik als neues Geschäftsfeld für die Landwirtschaft

Die Debatte um Photovoltaik auf landwirtschaftlichen Flächen steht beispielhaft für die vielen Zielkonflikte, mit denen Landwirte umgehen müssen, aber auch für Konfliktpotential innerhalb der Landwirtschaft. Dennoch sollten die Chancen im Vordergrund stehen. In diesem Projekt werden unterschiedliche PV-Modelle, Entscheidungskriterien und Anforderungen an regulatorische Rahmenbedingungen entwickelt. Landwirte prüfen wissensbasiert und unvoreingenommen, ob diese Formen der PV-Energiegewinnung unternehmerisch sinnvoll sind und als Geschäftsmodell für die Landwirtschaft attraktiv gemacht werden können. Jeder Betrieb kann so für sich besser einschätzen, welche Chance dieses Geschäftsmodell für ihn bieten kann – und auf welche Weise er dafür Partner findet.

In der AG Zukunftsbauer sollen diese Chancen sichtbar gemacht und diskutiert werden – so dass jeder Betrieb für sich besser einschätzen kann, welche Chance diese Rolle als Energiebereitsteller für ihn bieten kann – und auf welche Weise er dafür Partner findet.

2. Initiative Artenvielfalt in der Agrarlandschaft

Die Förderung der Artenvielfalt in der Agrarlandschaft und der Insektenschutz stehen nicht nur auf der agrar- und umweltpolitischen Agenda obenan, sondern sind nur durch Kooperation mit den Landwirten sinnvoll und effektiv umsetzbar. Der Erhalt der Artenvielfalt ist Teil der guten fachlichen Praxis, darüber hinaus können solche Leistungen von Landwirten zum Betriebszweig und zum Geschäftsmodell entwickelt werden.

Mit diesem Projekt sollen Chancen und Potenziale der Rolle des Landwirts als Naturschutzunternehmer aufgezeigt und realisiert werden. Neben den Erfahrungen aus den DBV-Kooperationsprojekten wie FRANZ gehören die Entwicklung neuer Finanzierungsmodelle und Organisationsformen wie das Kooperativen-Modell in dieses Projekt, genauso wie die Begleitung in Ausbildung, Beratung und in der agrarpolitischen Diskussion.

III. Vorschläge für eine neue Kommunikation

Die Studie des Rheingold Salon hat verdeutlicht, dass es in der Kommunikation sowohl nach innen als auch nach außen Veränderungen geben muss. Botschaften, die in der Vergangenheit funktionierten, kommen heute bei den Adressaten nicht mehr an. Sie zielen ins Leere. Ein Beispiel ist das Bild des Landwirts als Ernährer. In dieser Rolle sehen sich zwar viele Landwirte gerne, aber von großen Teilen der städtisch geprägten Gesellschaft wird das nicht mehr gesehen. Zugleich zeigt die Studie, dass es zwischen Verbrauchern und Landwirten durchaus Schnittmengen und

gemeinsame Zukunftsbilder gibt, mit denen man den nicht landwirtschaftlichen Teil der Gesellschaft erreichen und begeistern kann. Verbraucherinnen und Verbraucher sind bei folgenden Themenfeldern den Botschaften der Landwirtschaft gegenüber aufgeschlossen: Tierwohl, Klimaschutz, Artenvielfalt, Regionalität von Wirtschaftskreisläufen und zukunftsweisende Techniken im Ackerbau. Daher schlägt die Arbeitsgruppe vor, Bauern als verantwortungsvollen Partner und Experten für Tierwohl, Umwelt- und Klimaschutz darzustellen und das Bild des Ernährers der Gesellschaft nicht in die erste Reihe zu stellen.

In einem ersten Projekt, das zunächst nicht nach außen, sondern nach innen wirkt, soll der gewandelte Umgang mit diesen Themen in der Landwirtschaft selbst aufgearbeitet werden. Dazu schlägt die Arbeitsgruppe als Projekt vor:

Ideenschmiede zur Kommunikation als internes Austauschformat

Neue Kommunikation setzt voraus, dass der Wandel intern transparent gemacht wird. Mögliche Hürden und ihre Bewältigung müssen möglichst vielen interessierten Landwirten zugänglich und erfahrbar werden. Ein digitales brancheninternes Diskussions- und Austauschformat bietet die Plattform, im regelmäßigen Turnus aktuelle Themen und besondere Herausforderungen der Branche aufzunehmen und Input für die innere und äußere Kommunikation zu geben – auch mit Blick auf die in der Rheingold-Studie festgestellten Schnittmengen. In diesem Format wird aktiv über Lösungen gesprochen werden – mit Experten außerhalb der Branche, aber auch mit Berufskollegen, die bei dem jeweiligen Thema erfolgreiche Wege gefunden haben.

Die Ideenschmiede kann nicht nur der Startpunkt für vertiefte interne Diskussionen sein, sondern legt auch den Grundstein für eine glaubwürdige neue Außenkommunikation, Öffentlichkeits- und Imagearbeit. Darüber können dann positiv besetzte Themen und Attribute wie beispielsweise „Regional, saisonal, lokal“, „Partner der Natur“, „Bäuerlich, bodenständig“, „Genuss aus Deutschland“ oder „na(h)türlich“ aufgegriffen werden – nicht im Sinne plakativer Marketingclaims, sondern als Ergebnis eines ehrlichen und anspruchsvollen Selbst- und Rollenverständnis.

Die Ideenschmiede wird auch auf regionaler Ebene gespiegelt und im Rahmen landwirtschaftlicher Veranstaltungen wie der IGW, weiteren Fachmessen sowie Feld- und Unternehmertagen begleitet.

Die AG Zukunftsbauern ist sich bewusst, dass sich die Landwirtschaft in einer schwierigen wirtschaftlichen Situation befindet. Dennoch muss für die Kommunikation gelten: wir müssen raus aus der Opfer-Rolle – gerade intern, aber auch nach außen und in den sozialen Netzwerken ist eine Selbstdarstellung mit anderen Botschaften notwendig.

IV. Erforderliche Ressourcen

Die Arbeitsgruppe ist sich einig, dass für die Umsetzung dieser und weiterer künftiger Projekte erhebliche Ressourcen erforderlich sind. Inhaltlich müssen diese Projekte vom Ehrenamt, von den Mitgliedern angestoßen, geführt und mit Leben gefüllt werden. Für eine dauerhafte und verlässliche Weiterverfolgung des Projektes bedarf es aber einer professionellen und dauerhaft angelegten Begleitung.