

© Schwerpunkt »Wachstum«

Alternativlosigkeit ist keine Alternative

Plädoyer für eine Kultur der Veränderung

von Tanja Busse

Globalisierung und Orientierung am Weltmarkt scheint für viele Bauern – angetrieben von Politik und Bauernverband – unausweichlich und alternativlos. Strukturwandel in der Landwirtschaft gilt als eine Art Naturgesetz, obwohl es zunehmend auch den Wachstumsbetrieben schwerfällt, sich auf die ständig schwankenden und in der Tendenz eher sinkenden Erzeugerpreise einzustellen. Mit dem ökonomischen Druck nimmt parallel auch der Druck der Öffentlichkeit zu, vor allem die tierquälerische Massentierhaltung endlich einzudämmen. Landwirtschaft hat nicht nur ein ökonomisches, sie hat auch ein Imageproblem. Und dennoch: Hartnäckig bleibt der Bauernhof ein kollektiver Sehnsuchtsort in der Gesellschaft. Das Bäuerliche steht für ein Leben im besseren Einklang mit der Natur, für »Entschleunigung«, für selbstbestimmtes und »nachhaltiges« Leben. Es wäre fatal, die große Kraft, die in dieser Sehnsucht liegt, zu verspielen. Wie könnte es gelingen, die Kluft zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft wieder zu schließen und den Bauernhof als Lern- und Erfahrungsort für die nachhaltige Entwicklung unserer Gesellschaft zu nutzen und neu zu beleben?

»Bauernhof zur Transformation gesucht!« – Das Seminarhaus Yoga Vidya im lippischen Bad Meinberg, eine der größten alternativen Lebensgemeinschaften in Deutschland mit 160 Mitarbeitern und 30.000 Gästen im Jahr, sucht einen landwirtschaftlichen Betrieb, der seine Kantine mit Lebensmitteln versorgt, aus ökologischem Anbau, möglichst in der Nähe. Am liebsten hätten die Mitarbeiter von Yoga Vidya für ihre Küche Landwirte oder Gärtner aus Lippe. Solche, die nach einem Ausweg aus dem Wachstums- und Industrialisierungszwang suchen, Alternativen für möglich halten und sich nicht vor neuen Aufgaben fürchten. Die Küche des Yoga Vidya-Seminarhauses ist eine der größten biozertifizierten Küchen Deutschlands und zu 90 Prozent vegan. Sie bereitet etwa 400 Mahlzeiten pro Tag zu.

Immer, wenn ich in den letzten Jahren mit Landwirten meiner Heimatregion Ostwestfalen-Lippe über Alternativen zum Wachsen oder Weichen diskutiert habe, bekam ich die gleiche Antwort, egal ob ich gerade interkulturelle Gärten, Projekte einer Solidarischen Landwirtschaft oder Permakultur erwähnt hatte: »Schöne Idee, aber nicht für hier.« Deshalb hat es mich gefreut zu hören, dass eine Gruppe friedensbewegter Yoga-Fans einem Hof eine wirtschaftliche Perspektive jenseits von Wachsen oder Weichen, von

Intensivierung und Industrialisierung bieten möchte. Ihr gut besuchtes Seminarhaus belebt den kleinen Kurort. Bad Meinberg war ein sterbender Ort, in dem ein Kurhaus nach dem andern schließen musste – bis die Yoga Vidya-Gemeinde den Ort im Jahr 2003 entdeckte und bevölkerte. Sie dürfte zu den größten alternativen Lebensgemeinschaften in Deutschland zählen, hier treffen sich Menschen, die sich nicht den Globalisierungszwängen beugen, sondern nach Auswegen suchen, motiviert durch den Glauben an die eigenen Werte.

Ganz anders die Lage in der Landwirtschaft: Viele Höfe sind gebeutelt durch den Verfall der Erzeugerpreise und durch die Dauerkritik einer misstrauischen Öffentlichkeit. Viele Landwirte dominiert das Gefühl der Ausweglosigkeit und Schicksalsergebenheit. Sie halten die Globalisierung für ebenso unausweichlich wie den Strukturwandel und glauben nicht an andere Vermarktungsmodelle jenseits der großen etablierten Strukturen. Nach außen zeigen sie ein trotziges Beharren und verteidigen ihre Wirtschaftsweise beinahe aggressiv gegenüber Kritikern. »Wir produzieren das, was die Leute wollen«, sagen sie. »Und die Leute kaufen eh immer das Billigste. Also müssen wir unser Geld über die Masse machen.« Und ein Blick auf die großen teuren Autos, die vor den Discountern

parken, und auf die Werbeflyer, die Milch für 50 Cent anpreisen, bestärkt ihre Meinung. Die Lage scheint unabänderlich.

Aber Alternativlosigkeit ist keine Alternative. Nicht, wenn immer mehr Landwirte ihre Unabhängigkeit verlieren, ihr Ansehen oder gleich den ganzen Hof.

Der Weltmarkt als Risiko

In der Ukraine gehen Menschen gegen die Regierung auf die Straße, das führt zum Konflikt mit Russland, was die EU zu Sanktionen veranlasst, die wiederum Moskau dazu bringen, landwirtschaftliche Produkte aus Europa zu boykottieren, was dazu führt, dass die Milchpreise in Deutschland sinken. Diese lange Kausalkette zeigt: Die Weltmarktorientierung der deutschen Landwirtschaft ist ein Risiko, und zwar vor allem für die Landwirte, die mit den niedrigen Erzeugerpreisen über die Runden kommen müssen, ohne den geringsten Einfluss auf die Absatzmärkte zu haben. Weltmarkt bedeutet, dass der einzelne Landwirt keinen Einfluss auf die Entwicklung der Preise nehmen kann.

Natürlich bietet dieser Weltmarkt auch Chancen, z. B. wenn ein Lebensmittelskandal in China die Nachfrage nach Milchpulver aus Deutschland steigen lässt. Aber das ist keine nachhaltige, sondern eine riskante Entwicklung. Einmal, weil die Chancen der deutschen Exportlandwirte auf Kosten der Erzeuger in den Importländern gehen. Und zum anderen, weil diese Exporte keine dauerhaften und verlässlichen Handelsbeziehungen etablieren. Der Weltmarkt ist wie ein Glücksspiel mit Chancen und Risiken, gut für Unternehmernaturen, aber schlecht für eine bäuerliche Produktionsweise, die Beständigkeit und Verlässlichkeit erfordert; die auf Dauer angelegt ist und nicht auf kurzfristiges Umsteuern.

Schwankende Preise sind keine Ausnahme, sondern eine Standardsituation: Alle Analysten sind sich einig, dass die Weltmarktpreise für landwirtschaftliche Erzeugnisse, für die Rohstoffe der Ernährungsindustrie volatil bleiben werden. Dass sie also munter rauf und runter gehen werden, unkalkulierbar.

Dennoch ist es das erklärte Ziel des Deutschen Bauernverbands und auch des Bundeslandwirtschaftsministeriums, sich weiter auf den Weltmarkt auszurichten. Doch um auf diesem Markt zu bestehen, muss ein Landwirt große Mengen günstig produzieren können, was wiederum bedeutet, dass er im Verhältnis zum möglichen Gewinn große Summen investieren muss. Dazu kommt eine schwierige Marktsituation: Vielen einzelnen Erzeugern stehen wenige große Verarbeiter und Einzelhändler gegenüber. Das schränkt die unternehmerische Freiheit der Landwirte extrem ein.

Gleichzeitig stehen die Landwirte unter Pauschalverdacht: Die Futtermittelskandale und Berichte über Tierqual in der Intensivtierhaltung haben das Vertrauen der Konsumenten in die Landwirtschaft nachhaltig erschüttert. Immer mehr Menschen ohne direkten Kontakt zur Landwirtschaft wird die Vorstellung, Tiere zu nutzen, zunehmend fremd. Immer mehr werden Vegetarier oder gleich Veganer. Alles zusammen keine gute Situation: Die moderne Landwirtschaft ist eine Risikolandwirtschaft mit geringer unternehmerischer Freiheit, hohem finanziellem Risiko und geringem gesellschaftlichem Ansehen. Es könnte besser gehen.

Bislang gab es in der offiziellen Lesart der Funktionäre und Berater nur einen Weg, unter diesen schwierigen Rahmenbedingungen zu bestehen: Nämlich weiter zu wachsen statt zu weichen. Mehr Fläche, mehr Investition, mehr Innovation, mehr Produktion. Jahrelang suggerierten die Berater: Wer nur mutig genug ist für den nächsten Wachstumsschritt, der ist mit dabei. Unausgesprochen hieß das: Wer das nicht schafft, der ist eben nicht gut genug für den Weltmarkt, für die Zukunft. Das führte zu einem enormen internen Leistungsdruck. Der verinnerlichte Druck, sich zwischen Wachsen oder Weichen entscheiden zu müssen, hat der Solidarität der Landwirte entgegengewirkt und Konkurrenzdenken sowie eine Ellbogenmentalität vor allem im Kampf um das knapper werdende Ackerland gefördert. Das sind Eigenschaften, die einem Unternehmer helfen, seinen Betrieb zu vergrößern, die aber der traditionellen bäuerlichen Lebens- und Wirtschaftsweise eher entgegenstehen.

Spätestens mit dem Ende der Milchquote und dem extremen Verfall der Milchpreise im Jahr 2015 aber zeigt sich, dass die Rechnung nicht aufgeht: Auch die Mutigen, die Investoren, die Wachstumsbetriebe geraten unter Druck. Die Erzeugerpreise, vor allem für Milch, sind so tief gefallen, dass gerade die Wachstumsbetriebe ihre hohen Kosten nicht mehr decken können. In einem internen Rundschreiben für die Kunden einer landwirtschaftlichen Beratungsgesellschaft war Ende 2014 zu lesen:

»Der Wegfall der Milchquotenregelung wird zu einer deutlichen Produktionssteigerung führen. Bis neue Märkte erschlossen sind, wird der Milchpreis nachhaltig einbrechen. Die Folge ist ein verschärfter Verdrängungswettbewerb. Viele stark mit Fremdkapital gewachsene Betriebe werden dann an die Grenze ihrer Kapitaldienstfähigkeit stoßen. In den norddeutschen Konzentrationsgebieten der Milchproduktion sind inzwischen die Flächen zu knapp und zu teuer für die Jungviehaufzucht, die zunehmend verlagert wird. Arbeitskräfte sind künftig nur noch schwer zu gewinnen. Melken werden in Zukunft überwiegend Osteuropäer oder Melkroboter. Bis zur Normalisierung der Märkte nach Wegfall der Quotenregelung steht die Sicherung der Zahlungsfähig-

keit im Vordergrund. Die erheblichen wirtschaftlichen Reserven vieler Milchviehbetriebe in der Futterproduktion und Arbeitswirtschaft sind unbedingt zu heben, wenn sie den Wettbewerb gewinnen wollen.»¹

Keine schönen Aussichten: Wer gewinnen will, muss die Ellbogen ausfahren und günstiger produzieren. Kälber zur Mast über Land verschicken, obwohl man weiß, dass die industrielle Kälbermast ohne Antibiotika nicht zu machen ist. Beim Futter sparen, obwohl man gefährliche Inhaltstoffe und Rückstände riskiert. Und die Not arbeitssuchender Polen ausnutzen, obwohl man vielleicht lieber einen guten, nachhaltigen Arbeitsplatz schaffen würde. »An die Grenze der Kapiteldienstfähigkeit stoßen« ist dabei ein feiner Ausdruck für den verzweifelten Versuch, irgendwie den Bankrott abzuwenden, während die angekündigte »Normalisierung der Märkte« wie ein frommer Wunsch erscheint: Was wäre denn normal in Zeiten des permanenten Strukturwandels und der fortschreitenden Technisierung? Und wie soll ein Landwirt unter solchem existenziellen Druck so für seine Tiere sorgen, wie immer mehr Konsumenten es von ihm verlangen: die einzelne Kuh als Individuum im Auge behalten und für ihre Wohlergehen sorgen?

Ökonomie des Genug

Landwirtschaft als Rohstofflieferant für einen anonymen Weltmarkt ist wie der Besuch in einer Spielbank: Kann sein, dass es klappt, kann sein, dass man verliert. Aber das Spiel mit dem Risiko, die unternehmerische Risikobereitschaft ist das Gegenteil von bäuerlich. Bäuerliches Wirtschaften war über Jahrhunderte dann gut, wenn es Risiko abgemildert hat: durch Vielfalt, durch Fruchtfolge, durch verschiedene Einnahmequellen. Über Jahrhunderte dominierte eine Ökonomie des Genug viele bäuerliche Betriebe. Der Imperativ des »Immer mehr!« war den Bauern fremd. Sie kannten die Natur als begrenzenden Faktor.

Jetzt argumentieren der Bauernverband, die Beratung und all die Anhänger der sog. »konventionellen« Landwirtschaft: Zum Strukturwandel gibt es keine Alternative. Bei der Recherche für mein Buch *Die Wegwerfkuh*² habe ich mit dem Geschäftsführer des Bauernverbands gesprochen, Bernhard Krüskén, der vorher für den Verband für Tiernahrung gearbeitet hat: »Für mich klingt die Frage nach dem Strukturwandel wie: Sind wir mit dem Wetter in Brandenburg auf dem richtigen Weg? Es gibt dazu keine Alternative.«

Das klingt natürlich lustig: Da wollen die romantischen Weltverbesserer mal wieder nicht die puren Fakten der Weltläufe akzeptieren, dabei müssen sie doch einfach nur einsehen, dass die Welt ist, wie sie ist. Für mich klingt das wie die berühmte TINA-Formel, mit der die ehemalige britische Premierministe-

rin Margaret Thatcher ihre marktradikalen Reformen einleitete: *There Is No Alternative!* Aber das macht es nicht richtiger. Trotz einsetzendem Klimawandel ist das Wetter in Brandenburg natürlich sehr viel weniger menschengemacht und politikgeformt als die Entwicklung der Betriebsgrößen in der Landwirtschaft, und das weiß natürlich auch der Bauernverband. Es sind vielmehr die Interessen machtvoller Akteure, die ihre wirtschaftliche Macht in politische Macht umwandeln und die ihre Interessen durchsetzen und das Ergebnis als schicksalhaft verschleiern.

Die Landwirte sind damit doppelt in der Zwickmühle. Sie haben im Vertrauen auf Berater und Funktionäre den Wachstums- und Industrialisierungspfad eingeschlagen und stehen nun doppelt unter Druck: Die Preise stimmen nicht. Und sie werden in der Öffentlichkeit so stark kritisiert, dass viele sich diffamiert und isoliert fühlen.

Falsche Strategie

Der Bauernverband reagiert auf die Kritik der Öffentlichkeit mit einer Kommunikationsoffensive und beauftragt auch seine Mitglieder, die einzelnen Landwirte, ihre Höfe zu öffnen und selbst Öffentlichkeitsarbeit zu machen. Der Leitgedanke dahinter ist: Wir machen alles richtig, ihr habt es nur nicht verstanden. Und die Medien haben es falsch dargestellt.

Aber diese Strategie wird nicht aufgehen: Seht her, ihr Konsumenten, wir Landwirte, wir sind wie ihr: modern, effizient, technisiert, innovativ. Wir stehen unter dem Zwang, uns auf dem Markt behaupten zu müssen, und so leben auch unsere Tiere: unter dem Druck, unseren Leistungserwartungen entsprechen zu müssen. Und so sind auch unsere Produkte. Kauft sie doch und fühlt euch wohl dabei!

Viele Produktionsstätten der modernen Landwirtschaft sind Außenstehenden nur schwer zu vermitteln. Eine 40.000er Hähnchenmastanlage und Sauen in Kastenständen sind so weit entfernt von den Vorstellungen und Wünschen der landwirtschaftsfremden Konsumenten, dass mit dem Zeigen der Realität kein größeres Verständnis für Landwirtschaft zu erwarten ist. Man darf dabei nicht vergessen: Marketing und Werbeabteilungen haben den Konsum über Jahrzehnte systematisch emotional und mit starken Bildern aufgeladen, und gerade Lebensmittel werden mit starken Bildern von Familie, Freundschaft, Genießen, gemeinsamer Zeit an einem schönen Ort aufgeladen. Mit der Darstellung der schnöden Realität einer unter Preisdruck und Wachstumszwang geformten industrialisierten Produktionsweise ist das schlicht unvereinbar.

Umgekehrt wird ein Schuh draus: Viele Konsumenten haben Sehnsucht nach Land und Natur, nach einer

heilen Welt, vielleicht als Gegenstück zur technisierten, bürokratisierten Großstadtwelt, zum hektischen, oft entfremdeten Alltag der Menschen, die sich Tag für Tag in der Leistungsgesellschaft behaupten müssen, in der »Burnout-Gesellschaft«. Die Landwirte tun sich daran, nicht »sachlich« und »mit Fakten« gegen diese Wünsche anzuarbeiten, sondern im Gegenteil: Sie sollten genau diese Sehnsucht mit verkaufen. Nicht als aufgesetztes und dann schnell durchschautes Marketing, sondern – vorgelebt.

Die Landwirte sollten sich darauf besinnen, was den Städtern am Landleben und an der Natur so gut gefällt, wonach sie sich sehnen, und sie sollten das zeigen und als Mehrwert ihrer Waren verkaufen. Wenn sich die naiven Wünsche der Konsumenten nach Landidylle so hartnäckig halten und wenn diese Wünsche gleichzeitig mit den großen Gefühlen korrespondieren, die Landwirte selbst für ihren Hof, ihr Land, ihr Dorf empfinden, dann müsste es möglich sein, diese Sehnsüchte nicht nur auf der Ebene von Bildern zu bedienen, sondern auch in Form von Lebensmitteln.

Wenn es der Zeitschrift *Landlust* gelungen ist, ihre Auflage innerhalb weniger Jahre auf mehr als eine Million Exemplare zu steigern und mehr Leser (vor allem Leserinnen) als *Stern* und *Spiegel* zu finden, und wenn dieses Kunststück nicht von einer großen PR-Agentur vollbracht wurde, sondern von einer Agraringenieurin, die vorher ausgerechnet für *Top Agrar* geschrieben hat,³ wenn es also möglich ist, aus den Sehnsüchten der Nicht-Landwirte ein solches Kapital zu schlagen, dann sollte es auch möglich sein, das mit landwirtschaftlichen Produkten selbst zustande zu bringen, und nicht nur mit schönen Berichten.

Bauernhof als Sehnsuchtsort

Dabei kann sich die Landwirtschaft auf viele tief verankerte positive Werte berufen: Auf die Jahrhunderte alte bäuerliche Tradition des Lebens in einer kleinen Gemeinschaft (mitunter auch einer engen, ja, beengenden), auf das Leben gemeinsam mit den Tieren (hegend und pflegend, aber auch nutzend und schlachtend), auf das Arbeiten im Rhythmus der Jahreszeiten, mit der Natur (auch im Kampf gegen sie, um ihr etwas abzutrotzen).

Es ist schwierig, das Besondere an dieser Lebensform zu beschreiben, ohne in die Nähe des Kitsches zu geraten. Doch es liegt etwas in diesem bäuerlichen Leben, das ganz viele nicht wieder loslässt. Das Bauernkinder und -enkel immer wieder zurückkehren lässt auf den Hof ihrer Kindheit, das Milchbauern weiter melken lässt, auch wenn es sich überhaupt nicht rechnet, etwas, was die Hoferben lange zögern lässt, bevor sie sich gegen ein Leben in der Landwirtschaft entscheiden. Was Studierende der Agrarwissenschaften auf die

Alm ziehen lässt, um dort den Sommer als Senner zu verbringen. Was Frauen *Landlust* kaufen lässt und was Grundschüler dazu bringt, die Bücher von den *Kindern aus Bullerbü* zu lesen. Und was die Verlage dazu animiert, immer neue Bilderbücher von den niedlichen Tierchen auf dem Bauernhof zu drucken.

Der Bauernhof ist ein kollektiver Sehnsuchtsort, und es wäre fatal, die große Kraft, die in dieser Sehnsucht liegt, zu verspielen. Der Bauernhof oder am besten das ganze Dorf sollte als Gemeinschaftsort und Mehrgenerationenprojekt gesehen werden, das bei aller Enge und allem Konformitätsdruck ganz viel zu bieten hat, wonach sich nicht nur die gestressten und selbstausbeuterischen Großstädter sehnen. Als Lernort und Erfahrungsort.

Die Kluft schließen

Wie das gehen kann? Ich glaube, um starke Geschichten von guter Landwirtschaft zu vermitteln und zu vermarkten, muss als erstes die Kluft zwischen Konsumenten und Landwirten geschlossen werden. Das wird nicht gelingen, wenn Besucher in Schutzkleidung durch ein Desinfektionsbecken laufen müssen und in Hochsicherheitstrakte geführt werden, bevor sie Hühner angucken dürfen. Das wird auch nicht gelingen, wenn Landwirte erst erklären müssen, warum die Sau unter einem Metallgitter gefangen ist und warum die Schweine nicht an die frische Luft dürfen.

Aber das wird gehen, wenn die Gäste auf dem Hof etwas Schönes sehen, was ihnen als positiver Mehrwert einen höheren Preis wert ist. Was ihnen ein schönes Gefühl gibt, ein gutes Gefühl, was sie sich beim nächsten Einkauf vergegenwärtigen. Die Assoziation sollte sein: Glückliche Tiere, gesunde Umwelt, gutes Gewissen, Genuss. Ich glaube, dass der Erfolg der alternativen landwirtschaftlichen Modelle, vor allem der Solidarischen Landwirtschaft, genau hier begründet liegt: Es ist die Brücke zwischen Produktion und Konsum, es ist die sinnliche Erfahrung einer guten Landwirtschaft, die immer mehr Menschen von Solidarischer Landwirtschaft und ihrem Bauern um die Ecke schwärmen lassen.

Einen Bauernhof für jede Schule

Eine strukturelle Kooperation zwischen Schulen und Bauernhöfen wäre eine solche Brücke. Es wird geklagt über die kognitive Schieflage an den Schulen in Deutschland. Vor allem die Umstellung auf das achtjährige Gymnasium hat die Lehrpläne verdichtet. So fordern viele Lehrer und Forscher mehr Anschauung im Unterricht und außerschulische Lernorte. Immer mehr Schüler bleiben über Mittag in der Schule, doch das Essen, das sie dort bekommen, ist oft weder ge-

sund noch nachhaltig. Pädagogen suchen außerdem nach Wegen, den Auftrag der Vereinten Nationen zu erfüllen und den Schülern Bildung für nachhaltige Entwicklung zu vermitteln. Damit sie nicht nur lernen, Kompetenztests zu bestehen, sondern auch, wie sie in Zukunft unter den Bedingungen des Klimawandels und der Ressourcenknappheit leben können. Das ist ein großes Ziel für alle Schüler dieser Welt, doch bisher wird es nur dort verwirklicht, wo engagierte Lehrerinnen und Lehrer die Bildung für nachhaltige Entwicklung selbst in die Hand nehmen.

Jeder Schule einen eigenen Bauernhof zu geben, hieße, alle diese Mängel auf einen Schlag zu beheben. Die Schüler hätten den Hof als außerschulischen Lernort, für Versuche zur Photosynthese auf dem Gemüsefeld ebenso wie zur Volumenberechnung in der Mathematik im Kornspeicher. Sie könnten Ethik und Tierrechte vor dem Kuhstall besprechen und Hauswirtschaftslehre in der Küche. Es gibt viele Erlebnisbauernhöfe, die Schulklassen für einen Tag oder eine Woche einladen, um ihnen zu vermitteln, woher ihr Essen kommt. Als ich einmal einen solchen Hof besuchte, erzählten mir die Lehrer, ihre Schüler hätten Kartoffeln aus der Erde gegraben und ganz erstaunt gerufen: »Die sehen ja aus wie echte!«

Viele Eltern und Lehrer beklagen das große Suchtpotenzial von Smartphones, Spielekonsolen und Computern: Es wirkt auf sie, als zöge sich eine ganze Generation von Schülern zurück in virtuelle Welten. Das sind die Teenager, von denen viele als Kinder so gut behütet wurden, dass sie kaum zum freien Spiel in der Natur gekommen sind. Der echte Bauernhof als kontinuierlicher schulischer Lernort könnte ein guter Ausgleich zu den Schlachtfeldern der Egoshoooter und League-of-Legends-Spieler sein.

In Deutschland haben wir über 30.000 allgemeinbildende Schulen. Durch sie könnten beinahe ebenso

viele Höfe eine ganz besondere Aufgabe erhalten, nämlich die, gemeinsam mit den Schülern Lebensmittel für ihre Schulen zu produzieren, ihnen dabei Erfahrung und Wissen im Umgang mit Tieren, Natur und Umwelt zu vermitteln und sie Eigenverantwortung zu lehren. Die Schüler könnten sogar, ähnlich wie in der Solidarischen Landwirtschaft, zusammen mit den Landwirten Anbaupläne für das kommende Schuljahr erstellen und würden dabei lernen, was natürliche Grenzen sind, wie oft es Pommes geben kann, wenn der Kartoffelacker so oder so groß ist, und dass Kühe nicht nur aus Steak bestehen.

Natürlich klingt das alles erst einmal utopisch, aber wenn man alle landwirtschaftlichen Aufbruchsbewegungen der letzten Jahre zusammennimmt – den Widerstand gegen die Agroindustrie, die großen Wirhaben-es-satt-Demos, die Urban-Gardening-Szene, die Solidarische Landwirtschaft, die biovegane Gründer – und all die stillen Untergangsbewegungen dagegen hält – das Höfesterben, die Stigmatisierung der Landwirte, ihr Verschwinden aus den Dörfern in die Einsamkeit ihrer vergitterten Mastanlagen – und wenn man das wiederum kombiniert mit der großen Sehnsucht der digitalisierten globalisierten Menschen der Burnout-Gesellschaft nach überschaubaren, sinnlichen Lebenswelten, nach Natur und Tieren, dann scheinen Modelle wie die oben skizzierten plötzlich gar nicht mehr utopisch, sondern eine zwingende logische Folge.

Hinweis

Der vorliegende Text basiert auf einem Vortrag, der auf der Tagung »Landwirtschaft jenseits von ›Wachsen oder Weichen‹« gehalten wurde, die vom 26. bis 28. Juni 2015 in der Ev. Akademie Hofgeismar stattfand. Die Tagung wurde vom AgrarBündnis, der Ev. Akademie Hofgeismar und der Ev. Kirche Kurhessen-Waldeck veranstaltet. Sie wurde gefördert von der Landwirtschaftlichen Rentenbank und der Altner-Combecher-Stiftung für Ökologie & Frieden.

Anmerkungen

- 1 Ländliche Betriebsgründungs- und Beratungsgesellschaft mbH (LBB) Göttingen 12/2014.
- 2 T. Busse: Die Wegwerfkuh. Wie unsere Landwirtschaft Tiere verheizt, Bauern ruiniert, Ressourcen verschwendet und was wir dagegen tun können. München 2015.
- 3 U. Frieling-Huchzermeyer: Vom Glück des Gedeihens. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22. September 2012 (www.faz.net/aktuell/beruf-chance/mein-weg/ute-frieling-huchzermeyer-vom-glueck-des-gedeihens-11897714-p2.html).

Folgerungen & Forderungen

- Die Ausrichtung der landwirtschaftlichen Produktion auf den Weltmarkt bedeutet volatile Preise zu akzeptieren. Das ist eine Risikolandwirtschaft, die mit verantwortungsvollem bäuerlichem Denken nicht vereinbar ist.
- Eine bäuerliche Landwirtschaft muss sich stattdessen regional ausrichten und neue Finanzierungsmodelle jenseits des Weltmarkts finden.
- Dazu sollte sie ihre Stärken besser nutzen: Der tierreiche, naturnahe und ökologisch innovative Bauernhof ist ein Sehnsuchtsort für viele Bürger. Das sollten die Bauern zur Vermarktung ihrer Erzeugnisse zu angemessenen Preisen nutzen.



Dr. Tanja Busse

Moderatorin und Journalistin mit den Schwerpunkten Ökologie, Landwirtschaft und politischer Konsum. Autorin des Buches *Die Wegwerfkuh*.

E-Mail: mail@tanjabusse.de