

Landwirtschaftskammer Niedersachsen
18. Unternehmertag am 24. Oktober 2017 in Oldenburg

Das Dilemma der Essensmacher - Mehr Mut zu kreativer Kommunikation

Dr. Willi Kremer-Schillings („Bauer Willi“),
Ackerbauer und Agrarblogger

Bürger haben hohe Ansprüche, wie ihre Lebensmittel produziert werden sollen. Als Konsumenten verhalten sie sich jedoch anders. Das zeigen die Scannerkassen in den Supermärkten. Zwar steigen die Marktanteile von Bio-Produkten, aber verglichen mit den Ergebnissen von Umfragen ist ihr Anteil doch gering.

Wir Landwirte bewegen uns also in dem **Dilemma** zwischen der Erfüllung der Forderungen der Gesellschaft einerseits und dem ökonomischen Überleben andererseits. Hinzu kommt, dass viele die Anerkennung ihrer Arbeit vermissen. Im Gegenteil, wir werden für viele Missstände verantwortlich gemacht, unsere Arbeit wird kritisiert. Wir Landwirte fühlen uns auf die Anklagebank gesetzt und reagieren dünnhäutig.

Diese Entwicklung hat ihre Gründe. In den letzten Jahrzehnten hat sich ein Wandel in der Landwirtschaft vollzogen. Immer mehr Menschen leben in urbanen Räumen. Unsere Mitbürger haben keine oder nur idyllische Vorstellungen, wie die heutige Landwirtschaft in der Praxis aussieht. Auch dies ist ein **Dilemma**, denn wir Landwirte haben unsere Mitbürger nicht mitgenommen auf dem Weg vom bunten Bauernhof mit vielen Tieren und dem Bauerngarten hinterm Haus zur heutigen Wirtschaftsweise. Trecker, Felder und Ställe sind größer geworden, wir aber haben das nicht erzählt.

Um dieses **Dilemma** zwischen Vorstellung und Realität wieder kleiner werden zu lassen, müssen wir uns auf die Mitbürger zubewegen. Darauf zu warten, dass das andere für uns machen, wird nicht zum Ziel führen. Wie können wir also unsere Mitbürger wieder für uns gewinnen?

Kontakte lassen sich über viele Wege herstellen. Im Vortrag wird erläutert, wie ein Tag des offenen Hofes, die Einladung an Kindergärten, der aktive Besuch in Schulen, das Ansprechen von Journalisten, die Nutzung von Social Media, die Arbeit in politischen Gremien oder auch die Beteiligung an Initiativen wie www.heimischelandwirtschaft.de oder www.regioday.com dazu beitragen kann. Oder auch das Buch „SAUEREI!“, das den Mitbürger in die Welt der Bauern mitnimmt und alle kritischen Themen aus Sicht des Bauern beleuchtet.

Kreative Kommunikation bedeutet, dass wir Landwirte in einen ernsthaften Dialog mit unseren Mitbürgern kommen. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass nicht wir unsere Sicht der Dinge darlegen, sondern dass wir bei unserem Gesprächspartner durch Fragen und Nachfragen seine Problemlage heraushören. Dafür werden im Vortrag Beispiele gebracht. Es geht bewusst nicht darum, aus einem Gespräch als

Sieger herauszukommen, sondern beim Gegenüber einen Prozess des Nachdenkens in Gang zu setzen. Dies ist nachhaltiger als eine kurze, aber heftige Auseinandersetzung über ein fachliches Detail. Für uns als Landwirte ist der Gewinn, dass wir die wirklichen Probleme des Anderen erfahren und in unsere tägliche Arbeit mitnehmen können.

Das, was landläufig als Öffentlichkeitsarbeit und Imagepflege tituliert wird, muss wie ein eigener Betriebszweig gesehen werden, der ja auch Zeit und Geld kostet. Dies kann im Einzelbetrieb durchaus ein **Dilemma** sein. Aber wenn wir uns als Unternehmer verstehen, müssen wir etwas unternehmen, damit sich etwas ändert. Unsere Grundhaltung sollte positives Denken sein. Und ruhig auch mal eine Prise Humor, denn das macht uns authentisch, glaubhaft und glaubwürdig.

„Es kommt nicht darauf an, woher der Wind weht, sondern darauf, wie wir unsere Segel setzen.“