

EIN WEITES FELD

Das öffentliche Bild der Landwirtschaft ist gespalten. Doch die Branche steht damit nicht allein da: Sie ist ein Spiegel der Informationsgesellschaft. Und deren Mechanismen kann man lernen.

Wer einen Blick auf die Wahrnehmung der Landwirtschaft wirft, sieht vor allem widerstrebende Extreme. Discounterkunden stehen einer selbstbewussten Käuferschicht von Bioprodukten gegenüber, wengleich sich der Anteil biologisch erzeugter Lebensmittel im einstelligen Prozentbereich bewegt. Während grundlegende Kenntnisse der Produktion von Nahrungsmitteln verschwinden, feiern Kochsendungen im Fernsehen Einschaltrekorde. Bücher, die dem „Seelenleben“ von Pflanzen und Tieren wie einst der Romantiker Novalis nachspüren, werden zu Bestsellern. Und auch in den sozialen Medien ziehen vor allem solche Beiträge, die etwas von Selbsterfahrung haben, nicht selten auch von Selbstdarstellung: Yoga, Fitness, Foodblogs.

„Das Land“ als Projektionsfläche

Dass die Fokussierung auf uns selbst nicht den sprichwörtlichen Untergang des Abendlandes bedeutet, wird klar, wenn man sich die Vielschichtigkeit der Konsum- und Mediengesellschaft ansieht. Aber auch die Reflexe des modernen Menschen. So scheint das Maß an Natursehnsucht in dem Grade zu wachsen, in dem das Leben technischer und globalisierter wird.

Nicht trotz, sondern wegen der Präsenz der Technik gibt es die Sehnsucht nach Ursprünglichkeit und einer

Art von Landwirtschaft, die – der Überfluss, aber auch die Fähigkeit zur Reflexion machen es möglich – nicht mehr vorrangig produktiv sein soll, wie nach dem Zweiten Weltkrieg, als die unten stehende Grafik „Ratschläge für den Maisanbau“ meines Großvaters Andreas Nießen entstand. Sondern vor allem „naturnah“ und ressourcenschonend.

So wünschen sich nicht wenige Menschen Landschaften und landwirtschaftliche Produktionsflächen, die (zugespitzt) an den Schwarzwald oder Ostpreußen um 1900 erinnern, während sie zeitgleich mit Google Maps, Smartwatches und Hochleistungsinsulin leben möchten. Big Data, Automatisierung und Pflanzenschutz mögen Ressourcen schonen: Sie passen aber nicht in unser Bild der Landwirtschaft.



Andreas Nießen: Ratschläge für den Maisanbau. Quelle: Autor

Abseits davon, dass es immer schon sinnvoll war, nachhaltig zu wirtschaften, gibt es kaum einen Bereich, der stärker mit Wertevorstellungen beladen ist als die Landwirtschaft. Wenn öffentlich über Natur und Landwirtschaft gesprochen wird, dann in der Regel, um mehr Verantwortung anzunehmen. Vielleicht auch, weil die Landwirtschaft im Grunde weiter weg ist als

viele andere, sich eine abstrakte Moral des Handelns also leichter einfordern lässt.

Regulatorische Auflagen steigen

Dass jede Branche vor allem auf sich schaut, ist nachvollziehbar. Die Kritik von Landwirten an öffentlich zur Schau gestellten „Bauernregeln“ fällt möglicherweise deshalb so scharf aus, weil diese einen weiteren Beweis für die fehlende Verständigung zwischen Stadt und Land liefern. Und eine gewisse städtische Überheblichkeit. Wo Handlungsspielräume für heimische Produzenten durch den Gesetzgeber zudem eingeschränkt werden, zugleich Überschüsse an Eiern, Fleisch und Getreide aus dem Ausland existieren, gibt es wenig Resonanzboden für Ironie.

Die Landwirtschaft sollte sich trotzdem klarmachen, dass es heute kaum eine produzierende Branche gibt, der es anders geht. Dies ist eine Konsequenz der Informationsgesellschaft. Es mag ein schwacher Trost sein, aber nicht nur der Ton zwischen Landwirtschaft und Öffentlichkeit ist rauer geworden: auch der Ton gegenüber anderen Bereichen der Wirtschaft. Man mag hier an die Großdemonstrationen Hunderttausender gegen das Freihandelsabkommen TTIP denken. Oder an die Lieferkettentransparenz in der Bekleidungsindustrie und im Rohstoffsektor, in dem die Vorprodukte für Elektroautos und Windräder gefertigt werden.

Derselbe Mechanismus gilt übrigens auch für das Verhältnis von Lesern und Journalisten, Stichwort „Lügenpresse“, oder von Wählern und Abgeordneten. Und viele andere. Dass die meisten Menschen heute vor oder nach Arztbesuchen googeln, ob eine Diagnose auch stichhaltig ist, gehört ebenso zur Realität. Seit es Such-

maschinen gibt, stellen wir Fakten und Autoritäten anders in Frage als noch vor 20 Jahren. Das schränkt auch die Deutungsmacht derer ein, die vom Fach sind und wissen, wovon sie reden.

Mut zum Disput

Dass es keine Alternative zum Kommunizieren über das eigene Tun gibt, ist eine Binsenweisheit. Dass die veröffentlichte Meinung nicht gleichzusetzen ist mit der öffentlichen Meinung, eine zweite. Folgt daraus im Umkehrschluss aber nicht auch der Auftrag, die medialen Gegebenheiten zu nehmen, wie sie sind, statt der Überschaubarkeit des analogen Zeitalters nachzuhängen? Dinge anders zu sagen, auch im Ton? Selbstbewusster und tatsächlich: ironischer? Und wie diejenigen, für die das Kritisieren der Landwirtschaft längst zum Geschäftsmodell geworden ist, mit mehr Mut zur Übertreibung und wohlgemeinten Provokation?



Foto: David Ausserhofer

Dr. Andreas Möller

Dr. Andreas Möller ist Autor des Buches „Das grüne Gewissen“ und arbeitete als Journalist. Er promovierte über die deutsche Liebe zur Natur und den Widerstand gegen die Technik. Heute leitet er die Unternehmenskommunikation des Maschinenbauers TRUMPF.