

# **Landwirtschaft gestalten Herausforderungen für die Agrarpolitik weltweit**

Eine Tagung von

AgrarBündnis e. V.

Bundesarbeitsgemeinschaft Evangelische Jugend im ländlichen Raum

Evangelische Akademie Hofgeismar

Dienst auf dem Lande der Evangelischen Kirche Kurhessen-Waldeck

Zukunftsstiftung Landwirtschaft

20. - 21. Oktober 2010  
in der Evangelischen Akademie Hofgeismar

## **Handlungsansätze für die weitere Arbeit**

Der folgende Text ist eine Zusammenfassung der Diskussionen im Plenum am Ende der Tagung. Er wurde ergänzt durch die Auswertung der Protokolle aller Vorträge und Diskussionen in den Arbeitsgruppen.

## **Handlungsansätze für die weitere Arbeit**

Der folgende Text ist eine Zusammenfassung der Diskussionen im Plenum am Ende der Tagung. Er wurde ergänzt durch die Auswertung der Protokolle aller Vorträge und Diskussionen in den Arbeitsgruppen.

### **Grundsätzlich**

- Eine kampagnenartige Debatte – begleitet von viel Öffentlichkeitsarbeit – soll über das gesamte Jahr 2011 geführt werden.

### **Erfolgsvoraussetzung**

- Gemeinsamer Fokus
- Ganzheitlicher Ansatz ist wichtig
- Nicht zu zaghaft an die Kampagne herangehen. Ganzheitlicher Ansatz in der Kommunikation ist wichtig. Nicht an Details aufhalten!
- Die Konzepte der einzelnen Verbände und Initiativen müssen zusammenfließen und auf regionaler oder lokaler Ebene umgesetzt werden.
- Bei den unterschiedlichen Aktionen muss man jedoch genau seine jeweilige Zielgruppe (siehe unten) und Ihre Interessenslage im Auge behalten.
- Komplexität benötigt fokussierenden Begriff. Obama hatte „Change“ als Begriff.
- Vorschlag: Schlüsselbegriff Gerechtigkeit und Solidarität: Für eine gerechte und solidarische Landwirtschaft. Solidarität ist wichtig für die Internationalität, für die eigene Landwirtschaft aber auch gegen über der Schöpfung (für Tiere, gegen Gentechnik etc.).
- Positive Bilder wichtig als Ziel! Gesundes Tier in bäuerlicher Landwirtschaft wäre ein positives Leitbild.
- Thesenpapier für Kampagne anlegen?
- Für uns selbst aber auch für Außenstehende?

### **Argumentationslinien**

- Landwirtschaftspolitik im Kern ändern! Nicht reparieren! Kein Ausgleich!

### **Themen allgemein**

Es ist zu überlegen, ob aus den folgenden Themen spezifische, themenbezogene Kampagnen werden können bzw. sollen.

#### **Produktionsformen**

- Anwendung von umwelt- und klimagerechter bäuerlicher Landbewirtschaftung
- Bauernhöfe statt Agrarfabriken

#### **Tierschutz**

- artgerechte Tierhaltung
- Es gibt auch eine neue Bewegung gegen die Agrarindustrie Bio (Bauernhöfe statt Agrarbetriebe gibt es auch bei Bio!)

#### **Überproduktion und Dumping ...**

- ... eindämmen

### **Soziale Fragen:**

- 1,3% der Betriebe beziehen 30% der Gelder

### **Grundsätzliche Änderungen**

- Keine Ausgleichspolitik

### **Transparenz**

- gegen die Verschleierung und Intransparenz der Agrarwirtschaft

### **Soziale Gerechtigkeit / Solidarische Welt / Fairness**

- Steuerung von Märkten: Konzentration auf dem europäischen Markt verhindern, damit Dumping nicht mehr nötig ist. Mengendeckelung auf Produzentenebene, nicht auf Molkereiebene.
- „Ernährungssouveränität“: das Recht aller Länder weltweit auf eine eigene Versorgung.
- mehr Ethik in der allgemeinen Debatte, auch im Rahmen der WTO-Verhandlungen.
- am Beispiel Milch weiter zum Thema machen.

### **Regionalität**

- Bio mit Beziehung.
- Persönliche Begegnung/Beziehung wichtiger als Labels.
- mehr Eingriffsmöglichkeiten für Verbraucher neben dem Kaufverhalten

### **Saatgut- und Futtermittelproblematik ...**

- in die Öffentlichkeit rücken.

### **Macht der Konzerne**

- Übernahme von Erzeugung von Lebensmitteln durch Konzerne verhindern
- Landvergabe- bzw. Landnahmepraxis
- wie werden Böden bewirtschaftet?
- Flächenfraß von wertvollem Land durch Straßen- oder Freizeitanlagen.
- Verbraucher, Bauern und Landbesitzer (z.B. Kirchengemeinde) müssen sich ihrer Einflussmöglichkeiten bewusst werden. Letztere bestimmen, an wen sie ihr Land verkaufen
- Landvergabe an kleine Betriebe, die wachsen möchte, aber nicht ins Bild passen
- Land grabbing in Afrika und anderswo

### **Ernährungsqualität**

- Arbeiten an Aufklärung und am Essensethos (Slow Food)
- Qualität ist ein guter Aufhänger des Themas in der Öffentlichkeit; das Thema gesunde Ernährung umschließt viele Aspekte: ein gesundes Tier gibt auch gesunde Ernährung.

### **Nachhaltigkeit, Agrarkultur, Ernährungssouveränität**

- Betriebe müssen in der Lage sein artgerechte Tierhaltung, öffentliche Leistungen, die tägliche Arbeit und das soziale Leben unter einen Hut zu bringen. Jedoch wird schon in der landwirtschaftlichen Ausbildung das „Menschsein“ nicht gelehrt. Soziale Aspekte spielen häufig keine Rolle oder treten stark hinter betriebswirtschaftlichen und technischen Inhalten zurück.
- In den Lehrplänen der Landwirtschaftsschulen sollten Fächer oder Themen wie Ethik integriert werden. Aktuell stehen in Berufs- und Fachschulen rein rechnerische Themen im Vordergrund – soziale Themen werden nicht behandelt.

- Ernährungssouveränität und Nachhaltigkeit sind Begriffe, die in der Diskussion jedoch mit Inhalt gefüllt werden müssen. Ernährungssouveränität ist beispielsweise nicht nur ein Thema der Entwicklungsländer, sondern auch innerhalb der Europäischen Union relevant.

### **Themen konkreter**

- Klima- und Umweltschutz durch regionalen Eiweißfuttermittelanbau
- Fruchtfolgewirtschaft an Stelle von Monokulturen
- Amflora-Kampagne
- Nachbau-Kampagne
- Gentechnik und Bienen
- Grünland und Artenvielfalt
- Milch und Grünland
- Viehhaltung an Haltung auf (Weide)fläche binden!

### **„Projekte“**

Projekte im Sinne von Aktivitäten, die auch bisher schon stattgefunden haben, sinnvoll und notwendig sind, aber nicht typischer Teil eine „Kampagne“ sind.

Im Rahmen einer Kampagne ggf. Verbindung mit GAP herstellen.

- Tierwohl Label schaffen
- Handlungsrichtlinien für bisher noch nicht erfasste Tierarten erarbeiten
- Community Supported Agriculture; Verbraucher als „Co-Produzenten“
- Bündnisse zwischen existierenden Gruppen und Höfen fördern
- Regionalität ermöglichen: technische Neuerung aufgreifen: Scannercode gibt Information: dieses Produkt ist dort und dort produziert worden. Bild vom Hof kann auf Handy übertragen werden. Wollen wir das überhaupt?

### **„Bewegungen“ und Netzwerke stärken**

#### **International: Zusammenschluss der Bauern der Welt**

- Die Bauern der Welt laden sich gegenseitig ein, (Germanwatch und Misereor)
- Weniger Gegensatz Nord-Süd, sondern Aufteilung und fairer Machtzugang spielt bei beiden eine Rolle.
- Solidarische Welt: im kleinen Rahmen als auch global gesehen.

#### **funktionierende Vernetzung innerhalb themenbezogener Bewegungen aufbauen / verbessern**

- Gemeinsame Positionspapiere und Aktionen

#### **Gentechnikfreie Regionen aktiv vorantreiben**

#### **Vernetzung von Bewegungen mit unterschiedlichen Themen**

- Kontakt zu anderen Bewegungen vermitteln
- Vernetzung der Bürgerinitiativen

- Vernetzung von Nicht-Milchbauern mit Milchbewegung? Wie können sich Nicht-Milchverbände für BDM engagieren? Und umgekehrt.

### **Positive Allianzen**

- Gibt Regionen wo noch nicht so viel Massentierhaltung ist. Da muss differenziert werden! Dort eher positive Ansätze entwickeln. Strategie nicht nur auf Ebene der landwirtschaftlichen Urproduktion, sondern auch Verarbeitung/ Handwerk und kleinräumigen Handel.
- Als Bündnis offensiv nach neuen Partnern suchen. Nicht nur *gegen* Massentierhaltung sondern mit z. B. Metzgern und Bäckern *für* Arbeitsplätze und Handwerk und sinnvolles Arbeiten kämpfen vom Boden bis in die Ladentheke.
- Bürgerinitiativen, die irgendetwas verhindert haben, nennen sich jetzt PRO-Dorf oder PRO-irgendwas, aber nicht gegen etwas. Forum wo man sich begegnet, Runde Tische pro Region, sollte mehr ausprobiert werden

### **Methoden (allg.)**

#### **Allianzen bilden**

- Ziel: eine gut funktionierende Vernetzung
- Bürgerinitiativen sind bundesweit vertreten aber haben unterschiedliche Schwerpunkte (je nach Region)
- Alle können sich mit ihren spezifischen Kompetenzen in die Kampagne einbringen.
- Themenbezogen Positionspapiere herausbringen /Argumente bringen!
- in der jeweiligen Region mit unterschiedlich großen Kooperationspartnern (lokale Bürgergruppen, Massenorganisationen, kleine Organisationen mit Spezialwissen, Kirchen, Wirtschaft ... ), aber mit gemeinsamer Schnittmenge zusammenarbeiten (alle gegen Massentierhaltung, wenn auch aus unterschiedlicher Motivation; auch im Wendland sehr unterschiedliche Motive)
- Überregional auch möglichst Kooperation von Organisationen mit unterschiedlichen Organisationsformen (BUND: Massenmitgliederorganisation, Greenpeace: Spezial-Aktivisten etc.)

#### **Rechtliche Rahmenbedingungen nutzen**

- Verhindern von Massentierhaltung durch aktuelle Rechtslage: Brandschutz, Tiere müssen aus JEDEM Stall in begrenzter Zeit herausgeholt werden können

#### **Parlamentarier ansprechen**

- Direkt ans EU-Parlament gehen

#### **Events**

- Um das Thema der Öffentlichkeit näher zu bringen, ist der Erlebnischarakter wichtig – beispielsweise durch Veranstaltungen direkt vor Ort auf dem landwirtschaftlichen Betrieb.

#### **Gegenseitiges Verständnis derjenigen organisieren, die gemeinsam eine Kampagne machen sollen**

- Verbraucher auf die Höfe bringen; auf Höfe gehen und ins Gespräch kommen. Beide Seiten im Dialog über Tierschutz etc.

- Nicht Verleumden, keine Fronten aufbauen. Auch DBV nicht als Gegner sehen. Gegner ist eher Bioökonomierat oder Konzerne die zukünftig die Hälfte der Fläche in Deutschland in Ölfelder umwandeln wollen.
- Differenzieren zwischen Gegner und denen, mit denen wir noch nicht ganz einig sind.
- Positionen von BWL-orientierten Landwirten ernster nehmen und nicht sagen, du musst in Zukunft Tofu essen.

## **Voraussetzungen für eine Kampagne schaffen**

### **Arbeitsmaterial zur Verfügung stellen**

- verständliche Argumente-Liste zu Themen für interessierte Laien entwickeln; auf Verbraucherseite großer Bedarf informiert zu werden. Kann ruhig plakativ und gleichzeitig informativ sein um. Wichtig: Glaubwürdigkeit behalten. Negativbeispiele und skandalisieren möglich, aber auch positive Beispiele um zu motivieren.
- Leute da abholen wo sie sind, Unwohlsein aufgreifen. Die Leute glauben immer noch an glückliche Kühe.
- Die Aufklärungsarbeit auf Ebene der Verbraucher ist wichtig, denn sie entscheiden wesentlich mit, wie sich die EU weiter entwickelt. Dem Verbraucher muss deutlich werden, warum eine Tomate aus Almeria „schlecht“ ist.
- Was schon wahrgenommen wird und Neues (wie zum Beispiel Grünland und Artenvielfalt u. seine Wirkung auf Bodenfruchtbarkeit und Klima) zusammenführen.
- Wissen gegen Mythen setzen: Mythen müssen aufgelöst werden!
- FÜR etwas sein. Es gibt genügend Bilder GEGEN die wir uns wenden müssen.
- es sollte deutlich werden, was schon erreicht wurde und was positiv läuft oder wie es positiv laufen kann. Positive Beispiele wirken oft motivierend.
- Auf Missstände aufmerksam machen; zeigen, dass die aktuelle Agrarpolitik nicht richtig läuft und unfaire Praktiken anwendet
- Der politisch forcierte Strukturwandel hat auch im Inland zu Missständen geführt. Es gibt auch in Deutschland Armut auf dem Lande und unsoziale Arbeitsbedingungen. Dies sind auch wichtige Inhalte für Kampagnenarbeit.

### **Argumentationstraining**

- Seminar: Wie kann man Kampagnenarbeit besser betreiben?

### **Promis einbinden**

- Bundespräsident sagt: „Ich bin Linda-Konsument“; solche Statements brauchen wir

### **Think tank**

Hier geht es um die Erarbeitung von Erkenntnissen/Wissen von Spezialisten

### **Grundsatzarbeit**

- Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) begleiten

### **Thema: Wie gestalten wir unsere Märkte**

- Regeln, um Überproduktion und Dumping eindämmen
- Die Position des Bundesverbands Deutscher Milchviehhalter ist die Konzentration auf den europäischen Markt, um Dumping zu vermeiden bzw. damit Dumping nicht mehr nötig ist. Dazu bedarf es auch einer Mengendeckelung auf Produzentenebene, nicht auf Molkereiebene.

## **Thema: Debatte zu öffentlichen Gütern**

- Den Mehrwert der bäuerlichen (Bio)Landwirtschaft weiter herausstellen. Bauern müssen für weit mehr als die Erzeugung ihrer Produkte bezahlt werden
- ... unklare Dinge: Der gerechte Lohn für Landwirtschaftliche Leistungen (hier und anderswo).

## **Regionalität**

- „Wie definiert sich Regionalität?“ – Umkreis von x km?
- Regionale / lokale Labels haben Chancen, aber auch Grenzen

## **Zielgruppen**

Muss jeweils geklärt werden!

## **Arbeitsteilung!**

Unterschiedliche Verbände können die jeweiligen Zielgruppen unterschiedlich gut ansprechen:

- Verbraucher („Bevölkerung“)
- Wirtschaft
- Politik
- Landwirte
- ...

## **Junge Leute für Agrarpolitik begeistern!**

- Z.B. „Junge ABL“: Seit 1 Jahr in Witzenhausen gestartet,
- naturbegeisterte Städter
- Schulbauernhof in GAP mit aufnehmen, damit überhaupt Menschen gebildet werden können, die die Schöpfung dauerhaft bewahren können.

## **Konkrete Bilder und Wortspiele**

### **Ideen**

- Neugier erzeugen ...
- Kuh: Ich will Gras. Ich will Grünfutter und kein Soja.
- Vermaisung der Landwirtschaft
- Die Höfe im Dorf lassen
- Fair und Wortspiele verbinden
- Bodenloser Unsinn – Gewächshaus ohne Erde
- Saatgut, Biodiversität (ist bunt und fotogen)
- Handelsunfairness, keine Ernährungssicherheit
- viele Lügen der Agrarpolitik

Aktionsmittel Themenpostkarten: Man nimmt einzelne Bilder und macht auf Rückseite der Postkarte alles was damit zusammenhängt.

## **Kunstaussstellung**

- „Ich bin gerne Bauer und möchte es auch gerne bleiben!!“

## **Demonstration**

- 22.1.2010

## **Kampagnen-Website**

www.Meine-Landwirtschaft.de

mit Infos (siehe Argumentationshilfen)

- Welche Klimaauswirkung hat sowohl mein Konsum als auch die Landwirtschaft, die dahinter steckt?
- Wo kommt mein Essen her?

Mitbestimmung: Welche Landwirtschaft wollen wir?

- Internetkommunikation; meine 100 € für dieses und jenes.

## **Parlamentarier ansprechen**

Anfang nächsten Jahres mit Fragen beginnen.

- Neu ist die nötige Zustimmung der EU-Parlamentarier zur Reform. Aber der Ministerrat ist in der EU mächtiger.
- Bei Landtagswahlen deutlich machen, welche Rolle die Landesregierungen spielen.
- Debatte vor Ort organisieren. Politik ist Debatte vor Ort. Politiker fürchten sich am meisten vor Debatten im Wahlkreis. Nicht verstecken! Weiter wie bisher ist keine Option muss in die Debatte eingebracht werden.
- Einwirken auf EU-(Agrar)Politiker zur Durchsetzung dieser Ziele. Druck von unten nach oben.
- Alle Mandatsträger zur EU-Agrarreform fragen!

## **Aktionen**

### **Sternfahrt mit Treckern und Hängern**

- Themen: Faire Preise, Gentechnik, Hunger und Industrielle Tierhaltung etc.
- Staffelfahrt. Hänger bleiben, Trecker wechseln.
- Erntedankfeste
- Überall bei Hängerübergabe – oder auch anderswo – Veranstaltungen organisieren; dadurch Themen auf lokale Ebene transferieren, auf Straßen und Plätzen können sich Leute beteiligen und abstimmen. Das schafft Verbundenheit.

### **Aktionen Verbrauchergruppen und „Dörfer“**

- Solidarisch sein: Auswirkung des eigenen Handelns auf andere Menschen betrachten.
- Solidarität der Verbraucher zur Landwirtschaft ausdrücken und Kampagne machen die nicht nur auf Milch zielt sondern allgemein ums Überleben geht. “Wir geben unsere Landwirtschaft nicht her“

### **Aktionen innerhalb der Landwirtschaft**

- Wir wollen Nachbarn statt immer mehr Hektare
- Die Bauern im Dorf lassen
- Die (Agrar-)Gesellschaft mobilisieren! Junge Leute brauchen andere politische Rahmenbedingungen, damit sie mit Spaß einsteigen können.

### **Gesellschaftliche Anlässe/Aufhänger nutzen**

- Welternährungstag
- Tag der Regionen
- Wahlen sind wichtig im nächsten Jahr

### **95 Thesen**

- Problematik: Produzenten, Konsumenten, Forscher, Politik sprechen nicht dieselbe Sprache. Stuttgart 21 bringt gerade der Politik unsere Sprache bei.
- „Luthers“ (in diesem Fall Landwirtschaftspolitische) Thesen sollen erarbeitet werden in verständlicher Sprache!
- Verbraucher ansprechen á la Greenpeace.