# Öffentlichkeitsarbeit – Besser als die Faust in der Tasche

Verbraucher in Deutschland haben ein zwiespältiges Verhältnis zur Landwirtschaft: Während der einzelne Bauer durchweg ein sehr gutes Image hat und großes Vertrauen genießt, wird die moderne Landwirtschaft als Gesamtheit von der Gesellschaft eher kritisch betrachtet. Vor allem großen Tierbeständen stehen viele mit Argwohn gegenüber. Neue Biogasanlagen werden, obwohl zunächst als zukunftsweisend angesehen, jetzt eher mit Monokulturen und einer „Vermaisung" der Landschaft in Verbindung gebracht.

Landwirtsfamilien jedoch, die ihren Betrieb entwickeln und zukunftsfest machen wollen, investieren. Aber schon beim Bauantrag regt sich möglicherweise Widerstand. Was für Landwirte mit Fachkenntnis keine Frage ist, sorgt bei Außenstehenden für Unbehagen, Unmut, Ablehnung. Die Nachbarn sind skeptisch ob der geplanten „Massentierhaltung". Tierschützer machen mit langen emotionsgeladenen Leserbriefen im Lokalteil der Zeitung dagegen mobil. Es gründet sich fraktionsübergreifend eine Bürgerinitiative gegen den Bau. Spätestens dann ist ein Landwirt mittendrin in der öffentlichen Diskussion, oft unversehens und vor allem oft unvorbereitet. Viele Landwirte fühlen sich dabei völlig überfordert, zu Unrecht attackiert und sind ratlos.

Die Faust in der Tasche mag mancher Landwirt ob ungerechtfertigter Unterstellungen, persönlicher Angriffe oder „Mahnwachen" vor dem halb fertigen Stall ballen. Die Gegner des Stallbaus stehen ihm genauso unversöhnlich gegenüber und drohen mit massiven Aktionen. Die Krise nimmt ihren Lauf.

Damit es erst gar nicht so weit kommt und damit eine Krise vor allem nicht eskaliert, sollten Sie frühzeitig gegensteuern.

Wie das geht, was Sie über professionelle Kommunikation und eine positive Öffentlichkeitsarbeit wissen sollten, lesen Sie in diesem Leitfaden.
Wer vorbereitet ist, kommt besser durch die Krise.

**So können Sie dieses Buch lesen**
Der Leitfaden ist systematisch aufgebaut und beginnt mit einem theoretischen Teil, der für das weitere Verständnis sinnvoll, aber nicht zwingend notwendig ist. Im zweiten Teil geben aktuelle Fälle aus der Praxis bereits Hinweise auf gelungene bzw. gescheiterte Kommunikation sowie Verhalten in einer Krise. Teil III gibt praktische Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit, die nicht nur gelten, wenn Sie ein Bauvorhaben umsetzen wollen.

Abb. 1: *Der „Wutbürger" ist ein neuer Begriff aus den vergangenen Jahren. Wie es erst gar nicht zur Wut der Bürger kommt, erklären die folgenden Seiten.*

# Teil I: Grundlagen

## 1. Eine Frage des Vertrauens

### 1.1 Gute Gründe für Öffentlichkeitsarbeit

Wo Wutbürgertum Konjunktur hat und Proteste auch mit Unterstützung der sozialen Medien zunehmend auf fruchtbaren Boden fallen, wo die Baugesetzgebung betroffene Bürger verstärkt einbinden will, wird es Zeit, dass die Landwirte umdenken. Wer Bauverfahren nicht durch Einsprüche verlängert oder belastet sehen will, sollte auch als einzelner Unternehmer aktiv dazu beitragen, dass das Bild von der profitgierigen Agrarbranche in der Öffentlichkeit korrigiert wird. Es gibt gute Gründe für eine systematische Öffentlichkeitsarbeit:

- Die Erzeugung von hochwertigen und gesunden Lebensmitteln ist von allgemeinem Interesse. Die Landwirtschaft bewegt sich deshalb mehr als andere Branchen in einem öffentlichen Raum.

Landwirte argumentieren oft, dass es doch in ihrer Verantwortung liege und eine einzelbetriebliche Entscheidung sei, ob und wie der eigene Betrieb weiterentwickelt werden könne. Das mag richtig sein, doch gerade weil er Lebensmittel herstellt, steht ein Landwirt unter besonderer Beobachtung. Er muss für die Qualität und Sicherheit seiner Erzeugnisse geradestehen, hat bestimmte Standards einzuhalten und muss eine ordnungsgemäße Produktion belegen können.
Welche Auswirkungen EHEC- oder Dioxin-Krise in den vergangenen Jahren hatten, haben viele Landwirte am eigenen Leibe

erfahren, ohne dass sie dafür verantwortlich gewesen wären. Lebensmittelskandale haben zu einem tief sitzenden pauschalen Misstrauen der Verbraucher geführt. Ein Versagen Einzelner (ob schuldhaft oder nicht) zieht andere der Branche in Mitleidenschaft. Umso wichtiger ist eine transparente und nachvollziehbare landwirtschaftliche Produktion. Das muss man auch vermitteln.

- Ein Landwirt arbeitet in und mit der Natur und mit den Ressourcen Boden und Wasser. Erhalt und Schutz von Boden, Umwelt und Klima sind von essenziellem öffentlichem Interesse. Der Landwirt als Eigentümer ist verpflichtet, diese Lebensgrundlagen zu pflegen und sorgsam mit ihnen umzugehen. Die Öffentlichkeit will wissen, wie Landwirte das tun, sie hat auch ein Anrecht darauf.
- Verbraucher wissen heute immer weniger von landwirtschaftlicher Produktion und der Herstellung der Lebensmittel. Während noch vor einigen Jahrzehnten viele Familien entweder selbst Gemüse anbauten und Tiere hielten oder aber wenigstens gelegentlich bei der Heuernte, beim Melken oder beim Kartoffellesen halfen, ist dieser Bezug zur Landwirtschaft und Nahrungsmittelproduktion heute weitgehend verschwunden.

Auch wenn es z. B. einen neuen Trend zum Einmachen und eine neue „Landlust" gibt: Landwirten fällt auf, dass Verbraucher sich in der Regel wenig dafür interessieren, was Bauern da tun und wie sie arbeiten. Sie haben kein Verständnis für eine von Schleppern verdreckte Straße, für die Gülleausbringung oder die landwirtschaftliche Tierhaltung.
Landwirte nehmen darauf Rücksicht und sind in ihrem Bemühen, die Menschen nicht zu belästigen, ja auch erfolgreich. Das Fatale daran: So rückt die Landwirtschaft noch weiter aus dem

täglichen Bewusstsein.

- Nicht allein dadurch ist die Lücke zwischen Landwirt und Verbraucher größer geworden, sondern auch durch viele zusätzliche Verarbeitungsstufen der Wertschöpfungskette, in deren Verlauf Nahrungsmittel durch Zusätze und Verarbeitungstechniken verändert werden. Landwirte haben darauf keinen Einfluss, werden für Defizite oft aber mithaftbar gemacht.
- Die weiterverarbeitenden Lebensmittelbetriebe (z. B. auch die von Landwirten getragenen Molkereigenossenschaften) haben selbst dazu beigetragen, dass in der Öffentlichkeit durch Werbebilder beispielsweise von einzelnen Kühen auf grüner Alm oder wenigen Freilandhühnern ein idealisiertes Bild von der Landwirtschaft in den Köpfen der Verbraucher entstanden ist, das so nicht der Realität entspricht.
- Landwirte sind heutzutage allerbestens ausgebildete Fachleute mit umfangreichem und hochspezialisiertem Wissen. Auch der technische Fortschritt ist an landwirtschaftlichen Betrieben nicht vorbeigegangen. Sowohl die Wissensunterschiede zwischen Verbrauchern und Erzeugern als auch die Anwendung von neuen technischen Verfahren (die nicht ins idealisierte Bild passen) tragen zur Entfremdung bei.

Auch hat die Landwirtschaft es versäumt bzw. nicht geschafft, Fortschritte beispielsweise in Sachen tiergerechter Haltung, Pflanzenschutz und bedarfsgerechter Düngung zu vermitteln. Da haften viele überkommene Vorstellungen in den Köpfen.

- Gleichzeitig gibt es Interessengruppen (sog. Stakeholder), die sich ernsthaft und mit besten Absichten für Natur-, Tier- und Umweltschutz einsetzen und für die Produktion und die Qualität der Nahrungsmittel interessieren. Ihr Fokus ist nicht auf die Belange der Landwirtschaft ausgerichtet;