



Deutscher Bauerntag 2015

Grundsatzrede

DBV-Präsident Joachim Rukwied

24. Juni 2015

Erfurt

Es gilt das gesprochene Wort!

Anrede und Begrüßung.

1. Veränderung gestalten

Dieser Deutsche Bauerntag 2015 steht unter dem Motto „*Veränderung gestalten*“.

Die Landwirtschaft hat sich in den letzten Jahrzehnten stets verändert, der Strukturwandel ging voran, die Märkte und die Produktionstechnik haben sich verändert und weiterentwickelt.

Das Motto „*Veränderung gestalten*“ soll vor allem darauf hinweisen, dass wir Bauern uns nicht treiben lassen dürfen. Wir wollen und müssen unsere Zukunft selbst gestalten.

2012 nach meiner Wahl zum Präsidenten des Deutschen Bauernverbandes habe ich gesagt:

„Der Öko-Lifestyle ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen“ –

Damals gab es einige Missverständnisse wegen dieser Aussage. Einige Zeitgenossen meinten, ich wolle damit den Trend der Ökologisierung kleinreden oder ich wolle gar zum Kampf dagegen aufrufen. Das genaue Gegenteil war und ist der Fall.

Heute ist unübersehbar, dass sich gesellschaftliche Maßstäbe verschoben haben, wenn es um Landwirtschaft, um das Essen und um die Herkunft der Nahrungsmittel geht. Das lässt sich auch nicht als mediale Diskussion abtun.

Heute werben praktisch alle Handelsketten und viele Hersteller mit besonders nachhaltigen, regionalen, ökologischen, gentechnikfreien, tierfreundlichen, vegetarischen oder veganen Produkten.

Noch mehr Vielfalt an Produkten und Herstellungsprozessen ist offensichtlich das, was viele Verbraucher wünschen.

Auch wenn deren Marktanteile zunächst mehr oder weniger begrenzt bleiben, so belebt die Differenzierung auf jeden Fall den Markt. Aus landwirtschaftlicher Sicht brauchen wir in dieser Ausdifferenzierung der Märkte vor allem mehr Wahrheit und Klarheit.

Viele Verbraucher ändern ihren Blick auf die Landwirtschaft und ihre Ernährung, die zunehmend zur Projektionsfläche für Erwartungen und emotionale Bedürfnisse wird.

Aus Sicht der Landwirte erzeugt dies einen ungeheuren Druck und viele ungelöste Widersprüche. Wir Landwirte haben den Eindruck, dass Verbraucher und Gesellschaft gewissermaßen in einer getrennten Wirklichkeit leben:

- Auf der einen Seite schreitet die Internationalisierung der Agrarmärkte voran. Der internationale Wettbewerb bleibt hart – und beeinflusst unsere Preise immer stärker. Im Export wird zwar nach Qualität und Sicherheit, aber praktisch nicht nach Nachhaltigkeit und Tierwohl gefragt.
- Mit dem Strukturwandel steht die Landwirtschaft nicht allein, auch die vor- und nachgelagerten Bereiche konzentrieren sich und setzen unsere Betriebe unter Zugzwang.
- Lebensmittelhandel und Ernährungswirtschaft sind bisher kaum bereit, ausreichende Preiszuschläge für besondere Qualitäten und Produktionsprozesse zu geben. Die Initiative Tierwohl bringt uns hier einen großen Schritt nach vorn, auch wenn sie finanziell noch weiter aufgestockt werden muss.
- Auf der anderen Seite sind viele Verbraucher immer noch den alten Bildern eines romantischen Landlebens verhaftet. Sie wissen kaum, wie die moderne und arbeitsteilige Landwirtschaft heute wirklich aussieht und welche komplexen Wechselwirkungen dahinterstehen.
- Vor diesem Hintergrund fällt Skandalisierung leicht. In den Medien zählen zugespitzte Überschriften und Skandalisierungen häufig mehr als eine sachliche Berichterstattung. Ähnliches gilt für einige NGOs.

Machen wir niemandem in der eigenen Branche und in der Öffentlichkeit etwas vor: Auch viele ökologisch, gentechnikfrei und regional erzeugte Produkte werden heute in Verfahren erzeugt, die öffentlich und medial unschwer als „Agrarindustrie“ oder „Massenproduktion“ dargestellt und verunglimpft werden können.

Den Sektor oder die Nische, die vor jeglicher öffentlicher und medialer Kritik gefeit ist, gibt es offenbar nicht mehr. Tatsache ist: Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Tierschutz hängen objektiv gesehen nicht von Betriebsgrößen ab.

Bei der Grünen Woche 2015 habe ich zur sachlichen Auseinandersetzung über die Zukunft der Landwirtschaft aufgerufen. Dies hat nichts an Aktualität verloren. Wir werden weiter dafür kämpfen, diese politische und gesellschaftliche Auseinandersetzung sachlich und ohne Ideologie zu führen.

Es ist daher ein gutes Zeichen und ein Erfolg, wenn beispielsweise der Presserat nach unserer Beschwerde die Sensationsberichterstattung der „Zeit“ über Antibiotika in der Tierhaltung kritisiert hat.

Allerdings reicht es nicht, nur aus der Defensive heraus zu agieren und Vorwürfen zu begegnen. Wir alle wissen, dass es in dieser Diskussion eigentlich nur vordergründig nicht um Betriebsgrößen, Kastenstandmaße, Nährstoff-Bilanzüberschüsse, Abgabebelege oder die Breite von Pufferstreifen geht. Im Grunde geht es um Werte und um Leitbilder.

Deshalb muss die Kommunikation mit unserem Selbstverständnis beginnen.

Deshalb reden wir über Positionen in Zeiten der Veränderung.

2. Positionen in Zeiten der Veränderung

Zeiten der Veränderung und der Kritik am Bestehenden sind nicht nur als Risiko oder als Bedrohung zu sehen. Sie bieten auch die Chance, klar und deutlich Position zu beziehen, wofür wir als Landwirte stehen.

Wir sollten die Chance nutzen, unser Wertegerüst als bäuerliche Unternehmer, als Familienunternehmer, als generationsübergreifend denkende Unternehmer und als nachhaltige Unternehmer deutlich zu machen.

Bäuerliches Unternehmertum definiert sich durch generationenübergreifendes Wirtschaften, durch die Verbindung von Eigentum und Unternehmensführung, durch Marktorientierung, durch Nachhaltigkeit sowie durch Bezug und Verankerung in der Region.

Bäuerliches Unternehmertum bedeutet aber auch unternehmerische Selbstbestimmung, genauso wie die Möglichkeit der Weiterentwicklung, die generationenübergreifendes Wirtschaften erst möglich macht.

Wohin wollen wir diese bäuerlich-unternehmerische Landwirtschaft entwickeln? Ein solches Leitbild für die nächsten Jahre kann sich nicht in Hektaren, Tierzahlen oder Mitarbeiterzahlen definieren – das sind agrarpolitische Milchmädchenrechnungen.

Wir können klar sagen, welche Aufgaben wir erfüllen können und wollen:

- Wir wollen die Vielfalt der Agrarstruktur in Deutschland erhalten, ohne dass den Betrieben die lebensnotwendige Möglichkeit zur Weiterentwicklung genommen wird.
- Wir wollen der Nachfrage der Märkte gerecht werden und die Wünsche der Verbraucher erfüllen. Das werden wir vor allem im heimischen und europäischen Markt, aber auch in Drittlandsmärkten mit hoher Wertschöpfung tun.
- Wir wollen wettbewerbsfähig bleiben, damit wir die Regale und Theken des deutschen Lebensmittelhandels und -Handwerks mit Produkten aus der heimischen Landwirtschaft bestücken können.
- Wir Bauern übernehmen Verantwortung für unsere Familien, Mitarbeiter und Betriebe, für die natürlichen Ressourcen und für die Nutztiere.
- Wir werden nachhaltig bleiben, in ökonomischer, sozialer und ökologischer Hinsicht.
- Wir werden Wege finden, um gesellschaftliche Anforderungen über den Markt wirksam umzusetzen. Der Weg zu höheren Standards führt nicht über das Ordnungsrecht und die Verlagerung der Erzeugung, sondern über die Nachfrage.

Die wichtigste Voraussetzung für Nachhaltigkeit und für eine solche Weiterentwicklung liegt darin, dass Bauernfamilien und ihre Betriebe wirtschaftlich erfolgreich arbeiten und ihren Betrieben eine nachhaltige wirtschaftliche Perspektive geben können.

Eine Politik, die durch maximale Regulierung den unternehmerischen Freiraum nimmt, schadet den Bauern. Sie bremst auch die Weiterentwicklung aus, die die Gesellschaft von uns erwartet. Staatliche Bevormundung, Bürokratie und gesetzgeberische Schnellschüsse sind die vielleicht größte Gefahr für eine bäuerliche Landwirtschaft.

Ein Wandel der gesellschaftlichen Maßstäbe erfordert Kommunikation – damit komme ich zu einer besonders wichtigen „Baustelle“

3. Kommunikation

Unsere Öffentlichkeitsarbeit und die Kommunikation mit Bürgern und Verbrauchern ist zentrales Thema auf allen Bauernversammlungen in ganz Deutschland.

Wir Landwirte müssen mit den Bürgern und Verbrauchern noch mehr als bisher über das reden, was wir tun, warum wir es tun und mit welchem Hintergrund wir es tun.

Doch muss unsere Kommunikation auch ankommen. Sie muss wahrgenommen werden, von denen, die wir ansprechen wollen. Wir müssen also in die Gedanken- und Lebenswelten der Bürger und Verbraucher hinein, um überhaupt wieder Interesse zu wecken für Informationen, die aus der Landwirtschaft kommen. Dies ist der erste und wichtigste Schritt, den wir gehen müssen. Dann kann Aufklärung folgen. Und auch ankommen.

Zurzeit sind andere oft besser, einen „Lifestyle“, ein Lebensgefühl zu treffen - und so ihre Themen zu spielen und „uninformierte“ Bevölkerungsgruppen mitzureißen.

Was heißt das für uns Landwirte? Vor allem heißt das, dass wir zusammen kommunizieren müssen. Eine Klammer, viele Stimmen. Damit zeigen wir uns als Berufsstand geschlossen, erhöhen aber vor allem auch die Wiedererkennung und Wahrnehmung.

Eine Bündelung der Kräfte und neue Akzentsetzungen in unserer Öffentlichkeitsarbeit sind einfach notwendig. Dabei steht eine simple Wiederbelebung alter Konzepte a la CMA nicht zur Debatte.

Mit unserem Konzept „Wir machen...“ gibt der DBV den Anstoß für eine neue, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit. Zusammen mit den Landesverbänden wollen wir es schaffen, dass alle mit dem gleichen Grundgedanken kommunizieren. Dabei wollen wir den regionalen Besonderheiten genügend Raum geben.

Unser Ziel ist die Stärkung des einzelnen Landwirtes in seiner Kommunikation mit seinem direkten Umfeld. Wir wollen eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit der Landwirte, ihrer Verbände und deren bundesweite Vernetzung. Ich betone, die Basis für den kommunikativen Erfolg ist und bleibt der einzelne Landwirt. Der Landwirt selbst ist einer der glaubwürdigsten Kommunikatoren. Wie wir uns als Bauernfamilien darstellen, kann und sollte uns niemand abnehmen!

„Wir machen...“ ist also keine klassische Werbe- und Anzeigenkampagne. Sondern eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit unter einem Dach; mit einem Baukastensystem, der allen Landes- und Kreisbauernverbänden einen wiedererkennbaren und einheitlichen Auftritt bereitstellt. Dieser ist anpassungsfähig an Ihre Bedürfnisse vor Ort. So zahlen alle Maßnahmen, egal ob zentrale des DBVs oder einzelne Aktionen, die Sie vor Ort machen auf das gleiche Konto ein und haben eine viel größerer Wirkung!

Dafür leisten wir als DBV die Vorarbeit bzw. „Kreativarbeit“ und flankieren durch die überregionale Medienarbeit und die politische Kommunikation.

Auf dieser Basis können wir weitere Aktionen und Maßnahmen aufbauen und soweit erforderlich auch die notwendigen Mittel hierfür bei unseren Mitgliedern einwerben.

Ich kann Ihnen hier beim Bauerntag einen Blick auf den ersten Baustein von „Wir machen...“ ermöglichen: Motive einer Themenkampagne, die mit der Überschrift „Wir machen“ spielt. Dies ist eine erste Serie, weitere werden folgen, vielleicht noch stärker mit Augenzwinkern und Doppeldeutigkeit spielend. Denn „Wir machen...“ ist simpel und scheint vielleicht etwas holprig, aber gerade in der Einfachheit liegt die Stärke.

Die Idee ist: Über „Wir machen ...“ wollen wir der Öffentlichkeit zeigen, dass wir als Landwirte durch unser Tun und Handeln überzeugen. Wir zielen auf die Verbraucher, die noch offen und aufnahmefähig sind. „Wir machen ...“ ist nicht erklärend angelegt, sondern zielt auf das Image und neue, überraschende Ansichten.

Der Fokus der Motive liegt auf Händen und Handarbeit in dem Sinne, dass Bauern mit Hand und Kopf und Verstand anbauen und Tiere halten - für uns als Gesellschaft, Bürger, Verbraucher. Gleichzeitig kann durch die Hände auch ausgedrückt werden, dass Bauern längst nicht mehr den landläufigen Klischees entsprechen, sondern Menschen der Gesellschaft sind, in der gleichen Vielfältigkeit wie überall: jung – alt, Mann – Frau, modern – klassisch, naturverbunden – trendig.

Wie immer, wenn man über Bilder redet, gehen die Geschmäcker auseinander. Wir sollten uns nicht von unserem Blickwinkel als Landwirte leiten lassen, sondern von dem, bei denen Interesse geweckt wird. Dafür sind wir in die Psychologie der Kommunikation eingestiegen und haben unseren Ansatz im Vorfeld mit einer Expertenrunde aus Kommunikations- und Markenspezialisten sowie Werbetextern analysiert.

Klares Ergebnis unserer Analysen und Gespräche ist: Emotional angelegte Kampagnen brauchen hohen Mediendruck, um Wirkung zu entfalten. Hier wären wir wieder bei klassischen Anzeigen und Spots, die ein enorm hohes Budget brauchen – und auch Risiken haben, wie bei der aktuellen Lidl-Kampagne „Woran erkennt man eigentlich gute Qualität?“. Es ist unglaublich, ein Qualitätsimage aufzubauen und gleichzeitig massiv für Ramschpreise zu werben. Eine breit angelegte Medienkampagne wie für große Markenartikel ist also nicht der Weg für uns.

Stattdessen haben wir uns für einen Ansatz entschieden, der ehrlich, positiv und aufklärend ist. Der Bürger/Verbraucher muss wieder ein gutes Gefühl in Hinblick auf die Landwirtschaft haben – und wir müssen unterschiedliche Themen und Landwirtschaftsbereiche ansprechen können.

Wir werden die entwickelten Motive weiter testen. Im Herbst werden wir dann in voller Breite starten und damit arbeiten.

Ich rufe Sie auf: Machen Sie ... mit!

Nun zu einer zweiten wichtigen Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit: Das Internet und die Sozialen Medien haben die Medienlandschaft grundlegend verändert. Facebook, Twitter & Co. bieten ganz neue Chancen und Möglichkeiten im direkten Dialog zwischen Landwirt und Verbraucher und auch den Medien. Wir nutzen das im DBV verstärkt.

Im Netz gibt es bereits sehr aktive Landwirte. Einige davon treffen Sie draußen im Foyer!

Zuletzt ist es mir noch ein Anliegen ein Blick auf die Öffentlichkeitsarbeit nicht im Kern der Landwirte, sondern der gesamten Kette zu richten:

Gemeinsam mit den Präsidenten Nüssel und Bartmer und den Partnerunternehmen aus dem vor- und nachgelagerten Bereich haben wir auch die Weichen für eine bessere Branchenkommunikation gestellt. Mit dem Neustart der früheren FNL als neues „Forum Moderne Landwirtschaft“ haben wir den Rahmen geschaffen für eine bessere Öffentlichkeitsarbeit in der gesamten Kette.

Schauen Sie sich in der Ausstellung im Foyer um und vernetzen Sie Ihre Öffentlichkeitsarbeit vor Ort mit unseren neuen Angeboten.

4. Verhältnis zu den Marktpartnern Ernährungswirtschaft und Handel

Das Jahr 2014 war durch global gute Ernten, eine verhaltene Weltkonjunktur und das russische Embargo für Nahrungsmittel-Importe aus der EU gekennzeichnet. Aufgrund dieser Entwicklungen sind viele Agrarmärkte unter starken Preisdruck geraten.

In einer solchen Situation werden vorhandene Probleme in den Marktstrukturen besonders augenfällig.

Der Lebensmitteleinzelhandel hat seine „Geiz ist geil“ Haltung nicht wirklich aufgegeben. Er nutzt seine Nachfragemacht gerade dann aus, wenn Märkte durch Angebotsüberhänge unter Druck geraten.

Wenn alle Handelsketten diejenigen Preise automatisch und 1:1 nachvollziehen, die der Marktführer setzt, dann sehe ich darin eine Störung des Wettbewerbs. Dies sollte endlich kartellrechtlich geprüft und möglichst unterbunden werden.

Weitere Übernahmen im Lebensmittelhandel müssen kartellrechtlich gemäßregelt werden, damit eine noch größere Konzentration nicht zu Lasten der Landwirte geht. Für Sonderregelungen und „Deals“, die das Kartellrecht aushebeln, haben wir kein Verständnis.

Viele Unternehmen des Handels und der Ernährungswirtschaft fordern zusätzliche Nachhaltigkeits-Standards von den Erzeugern, allerdings ohne sie nachhaltig bezahlen zu wollen. Auch das ist inzwischen ein Wettbewerbsproblem geworden.

Die Konzentration im Handel erfordert ein Gegengewicht. Besonders mit Blick auf die Milch müssen wir die Molkereien immer noch kritisch fragen, ob sie strukturell gut aufgestellt sind. Die Erfahrungen der Trinkmilchrunde in diesem Frühjahr zeigen, dass eine weitere Angebotsbündelung dringend notwendig ist.

Im Export erwarten wir gerade von den genossenschaftlich getragenen Unternehmen einen weiteren Ausbau der Aktivitäten. Es geht nicht nur darum, Ersatz für den Ausfall der Exporte nach Russland zu finden. In vielen Schwellen- und Industrieländern außerhalb Europas

erreichen wir eine höhere Wertschöpfung für qualitativ hochwertige Lebensmittel als bei uns. Die Exportaktivitäten sollten auch politisch weiter intensiv begleitet werden.

Das Präsidium des DBV hat heute Morgen mit Blick auf die aktuelle Zuspitzung am Milchmarkt einen Forderungskatalog beschlossen, der sich an Handel, Molkereien und Politik richtet.

5. Politik – Einsatz und Erfolge des Bauernverbandes

Europäische und internationale Politik

Das politische Umfeld der Landwirtschaft hat sich im vergangenen Jahr vor allem auf europäischer Ebene deutlich verändert. Ein neu gewähltes Parlament, die neue Juncker-Kommission und auch der neue Agrarkommissar Hogan sorgen dafür, dass aus Brüssel ein etwas anderer Wind weht. Wettbewerbsfähigkeit und Bürokratieabbau sind wichtige Ziele der neuen Kommission.

Kommissar Hogan scheint auch ein offeneres Ohr für die Anliegen der praktischen Landwirtschaft zu haben, als dies unter seinem Vorgänger der Fall war.

Die GAP-Reform und das Greening überzeugen in der Sache nicht. Statt europäischer Gemeinsamkeit bringt diese GAP-Reform mehr nationale Sonderwege. Das Greening ist nicht nur zu kompliziert, es bringt auch viel weniger für die Umwelt als vergleichbare Agrarumweltmaßnahmen. Trotz aller Widerstände haben wir Deutschland zumindest weitgehende Wahlmöglichkeiten für die Erbringung der ökologischen Vorrangflächen erreicht, sei es über Leguminosen, über Zwischenfrüchte oder über Randstreifen.

Jetzt kommt es vor allem darauf an, dass die EU-Agrarförderung den Landwirten rechtzeitig noch im Dezember ausgezahlt wird. Wir setzen darauf, dass Bund und Länder alles dafür tun, damit dies trotz zusätzlicher Greening-Kontrollen geschieht.

Vor 25 Jahren sind viele Landwirte mit Mut und Zuversicht in die Agrarumweltmaßnahmen eingestiegen. Heute entsteht immer mehr Wut und Frust über die widersprüchliche Bürokratie. Stichworte wie das Doppelförderungsverbot und die Dauergrünlanddefinition stehen dafür, dass die Bauern das Vertrauen in die Berechenbarkeit der Förderpolitik zunehmend verlieren.

Kooperativer Naturschutz und Agrarumweltmaßnahmen müssen wieder einfacher, zielgenauer und attraktiver für die Landwirte gestaltet werden.

Wenigstens hat Kommissar Hogan die Probleme erkannt und eine Vereinfachungsinitiative gestartet. Der DBV hat Hogan bei der Grünen Woche als erster Verband einen Katalog mit Forderungen zur Vereinfachung überreicht. Ob Hogan tatsächlich die Kraft hat, Vereinfachungen politisch durchzusetzen, muss sich noch zeigen.

Die EU-Kommission hat auch den „Fitness-Check“ bei Natura 2000 gestartet. Der DBV hält eine Modernisierung der Natura 2000-Richtlinien für erforderlich.

Es ist nicht mehr tragbar, wie Natura 2000 die Entwicklung ländlicher Räume bremst. Bei der Ausweisung der FFH- und Vogelschutzgebiete war immer lediglich von einem „Verschlechterungsverbot“ die Rede. Dies hat sich in Wirklichkeit mehr und mehr als „Veränderungssperre“ entpuppt.

Natura 2000 gibt den Behörden vor Ort auch den Raum für einen Naturschutz gegen die Eigentümer und gegen die Landnutzer. Natura 2000 muss kooperativer werden.

Natura 2000 macht zum Teil einseitige und überzogene Vorgaben im Artenschutz. Wenn selbst große und stark wachsende Populationen von Biber, Gänsen oder Kranichen nicht mehr reguliert werden dürfen, entstehen große Schäden in der Landwirtschaft ohne Vorteil für den Artenschutz. Beim Wolf verfolgen unsere Weidetierhalter fassungslos, wie weltfremd Behörden und Naturschutz mit dieser Herausforderung umgehen. „Willkommenskultur“ und „Wolfsbeauftragte“ sind keine befriedigende Antwort auf die Probleme der Weidetierhalter, die hier in existenzielle Risiken geraten, wenn nicht gehandelt wird.

Ich bitte alle Landwirte, an der Internet-Konsultation der EU-Kommission zum Fitness Check teilzunehmen. Wir haben dazu gemeinsam mit anderen Landnutzer-Verbänden im Forum Natur eine Initiative gestartet. Machen Sie alle mit! Auf internationaler Ebene gab und gibt es vor allem eine hitzige Diskussion über TTIP, das geplante Handelsabkommen zwischen den USA und der EU. Die heftige Debatte über TTIP hat Wirtschaftsminister Gabriel dazu veranlasst, einen eigenen TTIP-Beirat zu berufen, in dem ich die Landwirtschaft vertrete.

In diesem Beirat und auch öffentlich habe ich die bäuerlichen Interessen stets sachlich im Ton und klar in der Botschaft vertreten. Die Formel „Standards schützen – Chancen nutzen“

macht deutlich, wofür wir stehen. Wir werden die Diskussion hierzu und zu den Themen Nachwuchs, Umwelt und Tierhaltung heute Nachmittag noch weiter vertiefen.

Nationale Politik

Auf nationaler Ebene ist die politische Situation deutlich komplizierter geworden. Wir haben in Berlin eine Große Koalition mit sehr großer Mehrheit im Bundestag, die aber keine eigene Mehrheit im Bundesrat hat. Dort haben die grün mitregierten Länder inzwischen ein Übergewicht. Diese Situation hat zu einigen politischen Entscheidungen ohne Beachtung der tatsächlichen Situation in den wirtschaftenden Betrieben geführt.

Dazu zähle ich zum Beispiel die Art und Weise der Einführung des Mindestlohnes. Hier haben alle Parteien der Großen Koalition nach der Methode „Augen zu und durch“ gehandelt. Berechtigte Hinweise und Vereinfachungsvorschläge der Wirtschafts- und Arbeitgeberseite wurden ignoriert.

Der Mindestlohn ist und bleibt ein Eingriff in die Tarifautonomie! Uns geht es aber aktuell zunächst um die Umsetzung, die besonders zu Lasten der bäuerlichen Betriebe und aller Familienbetriebe in Deutschland geht. Die Vorgaben für die Dokumentation der Arbeitszeiten und die mangelnde Flexibilität der Arbeitszeiten sind mittelstandsfeindlich. Ich bin in großer Sorge, dass die deutsche Agrarwirtschaft und auch viele andere Branchen in den kommenden Jahren Wertschöpfung und Arbeitsplätze an das Ausland verlieren werden.

Die Entscheidung des Bundesrates gegen den Bestandsschutz für JGS-Anlagen und die Diskussion um die Düngeverordnung sind weitere Beispiele, dass politische Entscheidungen ohne Blick auf unsere Agrarstrukturen und ohne ausreichende Beachtung der fachlichen Zusammenhänge getroffen werden. Es freut mich, dass Bundesminister Schmidt sein Veto gegen die Anlagenverordnung AwSV seit einem Jahr aufrechterhält. Damit haben wir noch die Chance, den Bestandsschutz zu sichern.

Und bei der Düngeverordnung appelliere ich an Bund und Länder, den Grundsatz einer Düngung nach dem Bedarf der Kulturen nicht aufzugeben. Das betrifft zum Beispiel die Sperrfristen im Herbst, die maximalen Bilanzsalden und auch die Derogation. In intensiven Gesprächen mit der EU-Kommission haben wir erreicht, dass Brüssel davon abrückt, uns die Methodik einer bedarfsgerechten Düngung vorzuschreiben.

Jetzt müssen diese Möglichkeiten in der Düngeverordnung auch im Sinne der Landwirtschaft ausgeschöpft werden.

In der Tierhaltung steht die weitere Verbesserung der Tiergesundheit und der „Fitness“ ganz oben an. Gleichzeitig müssen die Tierhalter in einem schwierigen Marktumfeld bestehen.

Das Gutachten des Wissenschaftlichen Beirates für Agrarpolitik haben wir vor allem deswegen kritisiert, weil es von den Autoren selbst einseitig kommuniziert und zugespitzt wurde. Der Beirat selbst hat mittlerweile klargestellt, dass das Gutachten kein Aufruf zur Agrarwende darstellt. Trotzdem bleiben wir bei unserer Kritik an manchen Empfehlungen. So werden die Kosten eines Umbaus der Tierhaltung unterschätzt und die Zahlungsbereitschaft der Verbraucher und des Staates für mehr Tierwohl überschätzt.

Wir haben statt dessen die Initiative Tierwohl bei Schweinen und Geflügel zum Erfolg gebracht. Die Bauern haben gezeigt, dass sie in Sachen Tierwohl liefern können! Nun sind die Marktpartner gefordert. Die Wartelisten sind für uns im Bauernverband Ansporn, die Initiative auf eine noch breitere finanzielle Basis zu stellen, die Gespräche dazu laufen. Die Zahlungsbereitschaft von Handel und Verbrauchern wird von der Wissenschaft und von der Politik als hoch eingeschätzt – nun wollen wir testen, ob sie tatsächlich vorhanden ist!

Beim G7 Gipfel in Elmau wurde das 21. Jahrhundert als Zeitalter der Dekarbonisierung ausgerufen. Das wird nur mit nachwachsenden Rohstoffen aus der Forst- und Landwirtschaft zu erreichen sein. Bei der Bioenergie wollen wir, dass deren Chancen in der Energiewende auch tatsächlich genutzt werden. Die Chancen liegen vor allem in der Wärmenutzung. Beim EEG wird Biogas und Bioenergie perspektivisch zum Ausgleich von Wind- und Sonnenstrom gebraucht. Bei den Biokraftstoffen konnten auf europäischer Ebene die Rahmenbedingungen bis 2020 abgesichert werden.

Die Bundesregierung sucht derzeit händeringend nach Wegen, die hochgesteckten Klimaziele bis 2020 doch noch zu erreichen. Die Land- und Forstwirtschaft könnte über Bioenergie und NawaRo einen erheblichen Beitrag leisten, vor allem über mehr Bioenergie im Wärmebereich.

In der Steuerpolitik steht vor allem die Reform der Erbschaftsteuer auf der Tagesordnung. Die Kritik des Verfassungsgerichtes bezieht sich vor allem auf die Verschonung von der Erbschaftsteuer bei der Fortführung großer Familienunternehmen. Daher erwarten wir von

den politischen Entscheidungsträgern, dass die geltenden Regeln für die erbschaftsteuerliche Bewertung der Land- und Forstwirtschaft fortgeführt werden.

In der Förderpolitik plant die Koalition eine Reform der Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz zu einer Gemeinschaftsaufgabe Ländliche Entwicklung. Dabei dürfen jedoch bestehende und bewährte Maßnahmen wie die Investitionsförderung, Agrarumweltmaßnahmen oder die Ausgleichszulage für benachteiligte Gebiete nicht finanziell unter die Räder kommen. Eine Reform der Gemeinschaftsaufgabe muss daher mit einer deutlichen Aufstockung der Bundesmittel einhergehen.

6. Herausforderungen und Anforderungen an die Politik

Die skizzierten Veränderungen der Agrarmärkte und auch des Verbraucherverhaltens erfordern politische Rahmenbedingungen, die ein erfolgreiches Wirtschaften der bäuerlich-unternehmerischen Landwirtschaft möglich macht. Der Weg zu höheren Standards führt nicht über höhere staatliche Standards, sondern über Rahmenbedingungen für eine veränderte und höherwertige Nachfrage.

Daraus ergeben sich fünf Grundanforderungen an Politik und Gesellschaft:

- 1) Notwendig ist ein klares politisches Bekenntnis zur Landwirtschaft am Standort Deutschland. Diese muss einhergehen mit einer politischen Kontinuität in der Landwirtschaftspolitik, damit eine vielfältige regional verankerte und unternehmerisch geprägte Landwirtschaft erhalten wird.
- 2) Notwendig ist eine positive Begleitung von Wirtschaftsinitiativen zur Veränderung und Weiterentwicklung der landwirtschaftlichen Erzeugung in offenen Märkten; dies schließt eine politische Zurückhaltung bei staatlichen Eingriffen durch höhere Auflagen und Standards ein.
- 3) Notwendig ist eine fach- und praxisgerechte Gestaltung von gesetzlichen Regelungen und Standards. Diese muss der Situation der Familienunternehmen Rechnung tragen und darf den Strukturwandel durch Auflagenpolitik nicht künstlich beschleunigen. Landwirtschaftliche Erzeugung darf nicht durch Auflagenpolitik ins Ausland verdrängt werden.
- 4) Notwendig ist eine stärkere Förderung und bessere Ausstattung der praxisorientierten Agrarforschung, der Innovation, der Beratung und der Weiterbildung.

- 5) Notwendig ist die Beibehaltung der Marktorientierung, damit sich die Betriebe weiterhin auf die tatsächliche Nachfrage ausrichten können. Dazu gehört auch ein Kartellrecht, das einer ungleichen Verteilung der Kräfteverhältnisse in der Lebensmittelkette wirksam entgegenwirkt. Erzeuger und Erzeugervereinigungen sollten auf Augenhöhe mit den Marktpartnern stehen.

7. Fazit und Ausblick

Die teilweise polarisierten öffentlichen Debatten um die Zukunft der Landwirtschaft dürfen nicht den Blick für das Wesentliche verstellen:

Die deutsche Landwirtschaft hat sehr gute Voraussetzungen, um die notwendigen Veränderungen erfolgreich angehen zu können.

Wir haben einen hohen Ausbildungsstand und den Willen zur Weiterbildung.

Wir haben eine vielfältige und diversifizierte Agrarstruktur.

Wir wissen, wie man sorgsam und effizient mit den Ressourcen umgeht.

Wir erreichen einen international hervorragenden Standard bei Lebensmittelsicherheit und Qualitätssicherung sowohl in der Tierhaltung als auch in der pflanzlichen Erzeugung.

Wir haben gelernt, uns auf veränderte Märkte einzustellen.

Und wir haben im Bauernverband ein gemeinsames Wertegerüst als unternehmerische Bauern.

Auf dieser Grundlage können und werden wir „Veränderungen gestalten“.