

Vorworte 5

Von der Vergangenheit in die Zukunft

Warum Zukunfts-Bauer? 8

Die Realität der öffentlichen Meinung: Reduziert,
zugespitzt und „verbogen“ 11

Die Gegenwart

Zwischen Weltuntergang und Paradies:
Bilder und Geschichten über Landwirte
in der öffentlichen Meinung 12

Narrativ I: Landwirte ruinieren die Natur 12

Narrativ II: Landwirte sind Tierquäler 15

Narrativ III: Landwirte sind Schöpfer von Bullerbü-Paradiesen 17

Narrativ IV: Dumme Bauern 19

Die Motive in den Narrativen: Landwirte als Spiegel und Projektions-
fläche für eigenes Unbehagen und eigene Sehnsüchte 20

Das Unbehagen über den eigenen Lebenswandel 21

Die Sehnsucht nach einem paradiesischen Leben 21

Sorgen, den Anschluss zu verpassen 23

Selbstbilder der Bauern: Ernährer der Nation, ackernde Manager,
leidenschaftliche Naturburschen, familiäre Traditionsbewahrer 24

Landwirtschaft – Nährboden für Vorurteile:
Ein fortschritthemmendes „Schwarzer Peter“-Spiel 26

Wege in die Zukunft

Welche Botschaften können etwas bewegen? 30

Narrativ-Konzept 1a: „Ernährer“ 33

Narrativ-Konzept 1b: „Versorger“ 33

Narrativ-Konzept 2: „Bewahrer der Schöpfung“ 38

Narrativ-Konzept 3: „Regionale Identitätsstifter“ 41

Narrativ-Konzept 4: „Mehr Lebensqualität“ 44

Narrativ-Konzept 5: „Zukunfts-Bauer“ 47

Diagnose für die Zukunft: Welche Botschaften können nun
etwas bewegen und haben das größte Narrativ-Potenzial? 52

Gestaltung der Zukunft I: Neun zentrale Themen aus der Landwirtschaft

Tierwohl	57
Biologische Artenvielfalt	59
Regionaler Handel	64
Naturkreisläufe und Düngen	66
Pflanzenschutz und Pestizide	66
Erneuerbare Energien und Klimaschutz	69
Biologische Fortschritte und Züchtungen	70
Neue Technologien und Maschinen	72
Reduzierung von Flächen	74

Gestaltung der Zukunft II: Zur Psychologie des Preises

Der Preis – was ist recht und billig? Der Preis als Anforderungsprofil an die Zukunftsgestaltung der Landwirtschaft	78
Individuum: „Mind-Behaviour-Gap“	80
Gesellschaft: Avantgarde und Konventionelle	80
Was ist recht und billig für die Zukunft?	81

Der Handel – ein ziemlich bester Partner?

Handelsstufen vermitteln zwischen Produzent und Verbraucher	82
Gegenwart: Der Handel und das „Schwarzer Peter“-Spiel. Die ungreifbare Übermacht aus Sicht der Landwirtschaft	84
Der Handel als Projektionsfläche für die Landwirtschaft	84
Der Handel und die gespaltene Verbraucherseele	85
Zukunft: Der Handel als „Zukunfts-Bauer“-Medium. Unmarkiertes Terrain im Handel	87
Abbau der Entfremdung im Handel	88
Handel als Spiegel und Mitgestalter des Zeitgeists	89
Handel und Zukunfts-Bauer	90

Fazit: Zukunfts-Bauer

Ein Modell zur Analyse und Gewinnung des öffentlichen Vertrauens...	91
Zum Verständnis von Narrativen...	92
Mentale Werkzeuge – zum Potenzial von Narrativen...	101
Kurze Anleitung zur Entwicklung von Narrativen...	103

Anhang

Eckdaten zur Basis-Studie	104
--------------------------------	-----