

■ INHALT

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 Projektionsfläche 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 fortschrittshemmendes „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