

Läuft es im Biolandbau menschlich gut?

Autor(en): **Rupflin, Christine**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge**

Band (Jahr): **65 (2010)**

Heft 4

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-891303>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Läuft es im Biolandbau menschlich gut?

Gutes Leben braucht persönliche Entwicklung und soziale Gerechtigkeit. Eine aktuelle Untersuchung von Christine Rupflin.

Möschberg, März 2010: Aus der Schweiz, Deutschland und Österreich sassen Menschen aus der Bio-Szene zusammen. Thema war «Die Menschen auf dem Hof». Mit dabei war eine Studentin der Umweltwissenschaften. Sie blieb am Thema dran und untersuchte, welche humanen Werte in der Biopresse, einschliesslich K+P, zur Sprache kommen. So siehts also aus:

Welche Werte sind den Leuten wichtig?

Bevor Rupflin die Unterschiede untersuchte, wer von welchen individuellen und sozialen Werten im Biolandbau spricht und von welchen nicht, hat sie sich einen Überblick verschafft. Diese Grafik wird als «Mind-Map» bezeichnet, das heisst etwa «Bewusstseinslandkarte» (siehe Abb.). Am meisten ist von Einstellungen und

Werten die Rede, die für die eigene Identität wichtig sind: Echtheit und Integrität, Souveränität und Anerkanntsein, Schlichtheit und Tradition. Auch einfach Selbstbewusstsein und Zufriedenheit als Lebensqualitäten.

An zweiter Stelle stehen die sozialen Umgangswerte: Offenheit und Verantwortung, Respekt und Fairness, Vertrauen und Partnerschaft. In eine eigene Kategorie hat die Studentin die sogenannten «schöpferischen Werte» der Entwicklung und Entfaltung des Menschen, der Biolandbau betreibt, eingeordnet; also *Persönlichkeitsentwicklung* als Wert an sich. Es geht, wohlgemerkt, um Werte im Biolandbau.

Die «Äste», die von den Kästchen der Mind-Map ausgehen, zeigen genauer, worum es sich handelt. Beim sozialen Wert «Respekt»

zum Beispiel nicht nur um Respekt zwischen Menschen, sondern auch gegenüber der Natur, der Schöpfung.

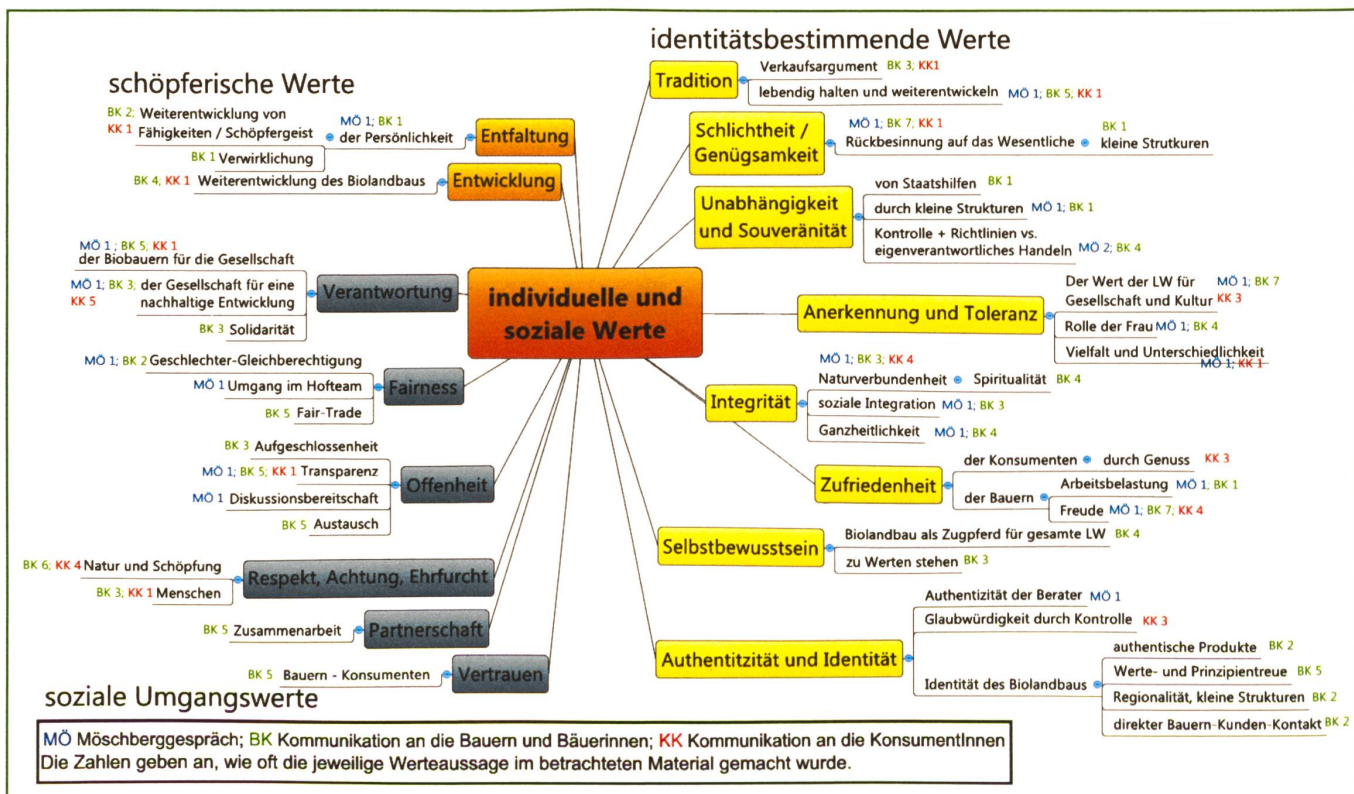
Wie wird über Werte gesprochen?

Engagierte Biobauern und -bäuerinnen zu porträtieren, ist der am häufigsten gewählte Weg, um in Bio-Zeitschriften über Werte zu sprechen. Die Menschen erzählen hier von ihrer Freude an der täglichen Arbeit, der sie leidenschaftlich nachgehen und wie wichtig es ihnen sei, nicht auf der Stelle stehen zu bleiben. Sie wollen sich weiterentwickeln und ihre Wünsche und Ideen verwirklichen, denn für sie machen Erfindungsgeist und Kreativität das Biobauern-Dasein aus. – *Zweitens* wird oft über Werte gesprochen, wenn in Zeitschriftenartikeln nach

Wegen gesucht wird, wie der Biolandbau aus der Konventionalisierungsfälle ausbrechen könnte. Oder wenn jemand dafür plädiert, die Richtlinien von einem bürokratisch-technischen Kontrollinstrument mehr zum Hilfswerkzeug zu machen, das tatsächlich für die Umsetzung der Grundwerte – wie auch immer mans individuell macht – eingesetzt wird.

Es gibt Unterschiede dazwischen, worüber man im kleinen Kreis, worüber man mit den Mitgliedern redet und was den Konsumenten erzählt wird

Auf dem Möschberg wurde vor allem darüber gesprochen, was in den Familien auf den Höfen oder auch im Hofteam manchmal nicht so gut läuft und wie gerade die Berater den Bauersfamilien Unter-



stützung bieten können. Ein brisantes Thema war hier die Geschlechter-Gleichberechtigung. Die Teilnehmer der Möschberg-runde erzählen von ihren Erfahrungen, dass häufig die Männer den Hof repräsentieren und die Frauen sich meist im Hintergrund halten. Oder auch, dass die Rollen- und Aufgabenverteilung zwischen Mann und Frau auf dem Hof oft nicht klar ist und viele Frauen zunehmend mit verschiedensten Rollen überlastet werden. Die verdiente Wertschätzung für ihre Tätigkeiten erfahren sie dabei nicht immer. Doch nicht nur die Frauen, eigentlich alle Menschen auf den Höfen will man ermutigen, ihre Wünsche offen auszusprechen, ihre Ideen zu verwirklichen. In den unterschiedlichen *Lebensphasen*, sei es als junger Erwachsener, als junge Familie bei der Hofübernahme oder später im Ruhestand, treffen in den Familien ständig verschiedene Ansichten und Bedürfnisse aufeinander. Warum sich also zurückhalten – ist Streit nicht auch ein konstruktives Mittel, um Konflikte zu lösen? Die Teilnehmer des Möschberggesprächs jedenfalls wünschen sich, dass wir wieder eine Streitkultur erlernen. Auch unabhängig von den Familien- und Hofteam-Themen braucht man die *Streitkultur* zum Beispiel bei der intern sehr umstrittenen Frage, was man eigentlich von den eigenen Pionieren hält. Die einen halten deren Einstellungen und Werte nach wie vor für im Wesentlichen richtig, die anderen für überholt und nicht mehr zeitgemäss. Oder geht es vor allem darum herauszufinden, welche der damaligen Grundlagen auch heute noch für einen selbst wichtig sind und wie deren Werte in unsere heutige «Sprache» übersetzt werden müssen? Mit den Mitgliedern, also den Biobauern, wird zum einen darüber gesprochen, dass sie eine grosse *Verantwortung* für die restliche Gesellschaft tragen – so zum Beispiel für eine nachhaltige und

authentische Landwirtschaft, für Ernährungssicherheit, Klimaschutz und die Gestaltung der Landschaft. Selbstbewusst sollen sich die Biobauern mit diesen Leitbildern und Werten als Zugpferde für die Entwicklung der gesamten Landwirtschaft sehen. Häufig liest man dann, dass genau diese grundlegenden Werte auch für den Markt interessant seien, denn sie seien die Stärke des Biolandbaus, und mit ihnen könne man sich von der konventionellen Landwirtschaft abheben. Die Idee ist dort, Werte geschickt an die Konsumenten zu kommunizieren und sie sozusagen als Verkaufsargument zu nutzen. Überhaupt wird viel über die Beziehung zwischen Bauern und Konsumenten gesprochen. Der Konsument soll wissen, wie die Bauern und Bäuerinnen ihre Produkte produzieren und welche eigenständigen Persönlichkeiten dahinter stehen. Dafür wird an die Bauern appelliert, offen zu sein, den persönlichen Kontakt zu den Konsumenten zu suchen und sich mit ihnen auszutauschen. So kann gegenseitiges Vertrauen geschaffen werden. In manchen Zeitschriften wird auch den Konsumenten gezeigt, wie die Bauern und Bäuerinnen ihre Naturverbundenheit ausleben, wie sie Freude an ihrer Arbeit haben. In der Werbung der grossen Biolabels hingegen, also bei Coop Naturaplan und Migros Bio, gehen die Menschen des Biolandbaus und deren persönliche Werte etwas unter. Im Vordergrund steht stattdessen stets das Label, das selbst Verantwortung für Natur, Tiere und Mensch übernimmt, das sich für soziale Gerechtigkeit einsetzt und im Einklang mit der Natur wirtschaftet. Werte also, die eigentlich die *Menschen* im Biolandbau leben. Doch diese selbst werden nur am Rande erwähnt.

Schlussfolgerungen

Zurück zur Frage: Läuft es im Biolandbau in menschlicher Hinsicht nun gut? Aus dem Mösch-

berggespräch, aber auch aus der Biopresse hört man heraus, dass die *Unabhängigkeit* und *Eigenständigkeit* der Bauern durch strenge Richtlinien und Kontrollen immer mehr eingeschränkt wird. Raum für persönliche Entwicklung und die Verwirklichung neuer Ideen bleibt nicht mehr viel. Dies sind aber Werte, die im Biolandbau eigentlich immer sehr tief verwurzelt waren.

Für die Konsumenten scheinen jedoch in erster Linie diese *Kontrollen* und das Wissen, dass die Bauern sich an die strengen Richtlinien halten, ein Garant für glaubwürdige Produkte zu sein. Denn dieses Bild wird in den untersuchten Medien überwiegend gezeichnet, und die Bio-Labels bekräftigen dies stets in ihrer Werbung. Doch was sind die Folgen? Die Bio-Labels und was die Bauern im Biolandbau alles *nicht* tun, sind präsent, die Menschen selbst geraten aber in den Hintergrund. Wie aber werden die Biobauern und -bäuerinnen mit ihren Überzeugungen, aus denen heraus sie für qualitative und hochwertige Produkte einstehen, für die Gesellschaft wieder sichtbar? Wie erhalten sie für ihre eigentliche Arbeit, nicht nur für das, was sie nicht tun, wieder mehr Anerkennung und Wertschätzung? Gerade wurde noch gesagt, dass hierfür die Bauern ermutigt werden, den persönlichen Kontakt und Aus-

tausch mit den Konsumenten zu suchen. In einem immer anonym werdenden Markt, wo die Konsumenten statt des Hofladens grosse Supermärkte aufsuchen, wird das schwierig. Ein Zurück also zu kleineren, regionalen Strukturen, oder braucht es einfach neue Wege der Kommunikation zwischen den Bauersfamilien und der restlichen Gesellschaft? Klar ist jedenfalls: Die Bauern und Bäuerinnen wünschen sich, dass ihre verantwortungsvolle Arbeit, die sie aus persönlicher Überzeugung ausführen und mit Werten füllen, nicht auf das blosses Einhalten von Richtlinien reduziert wird.

Doch gutes Leben braucht noch mehr als soziale Gerechtigkeit und Anerkennung von aussen. Gutes Leben braucht den Rückhalt der Familie und der Hofgemeinschaft, die tatsächlich offen sind für die vielfältigen Ideen und Vorstellungen der einzelnen Hofmitglieder und die sich gegenseitig in ihrer persönlichen Entwicklung unterstützen.

Aus der Studienarbeit von Christine Rupflin (Umweltwissenschaften ETH Zürich), die von Otto Schmid (FiBL) und Nikola Patzel betreut wurde, von CR zusammengefasst und von NP für Kultur und Politik bearbeitet. rupflinc@ethz.ch

Mit Albert Lehmann an die
Biofach 2011 Nürnberg
 Freitag, 18. Febr. + Samstag 19. Febr. 2011
 Wir reisen bequem mit dem Car, übernachten
 im 4 * Hotel (HP). inkl. Eintritt an die Messe und
 Stadtbesichtigung von Nürnberg.
 Preis Fr. 269.-- (EZ+42.--)
 Anmeldung an: info@biomuehle.ch / 056 201 40 23

Mehr Infos: www.biomuehle.ch/aktuell
 Anmeldeschluss: 27. Dez 2010



Tel. 056 201 40 23 / info@biomuehle.ch