



Fotos: Michael Kripfner, AGRIDEA

Zum 50-Jahre-Jubiläum der Beratung im ländlichen Raum hat die AGRIDEA Lindau am 2. Oktober 2008 die MitarbeiterInnen der Nachbarinstitutionen Strickhof, ETH und weitere zu einer kleinen Feier eingeladen. Es referierte Karl Lüönd (links).

Aussensicht eines Medienprofis

Karl Lüönd, Publizist und Medien-spezialist, hielt an der AGRIDEA Lindau ein interessantes Referat unter dem Titel «Gedanken eines Aussenstehenden zur Zukunft der Landwirtschaft». agil veröffentlicht die leicht gekürzte Version.

Beobachtungen im Alltag

Der bäuerliche Lebensstil zeichnet sich aus durch hohe Verbindlichkeit. Solange Vieh im Stall steht, muss man morgens früh aufstehen, füttern, melken und den Stall besorgen, egal, ob man dazu Lust hat oder was am Vorabend los gewesen ist. Das Gras wächst, die Frucht spriesst, das Wetter ist, wie es ist – also gibt einem die Natur das Arbeitsprogramm vor. Der Bauer ist in seiner Mobilität eingeschränkt. Er hat sich den gegebenen Kreisläufen und Regeln unterzuordnen. Das steht im krassen Widerspruch zum vorherrschenden Lebensstil der Willkürlichkeit; wenn Sie es gebildeter haben wollen, können Sie auch von Eklektizismus reden. Das städtische «Leben à la carte» – heute da sein, morgen verreisen – ist nichts für die Bauern und Bäuerinnen. Dieser Lebensstil färbt auf das Naturell der Menschen ab. Ich meine zu

beobachten, dass Bauern weniger oberflächlich, gründlicher, überlegter durchs Leben gehen. Sie haben gelernt, zuerst zu beobachten und dann zu handeln. Oft wird in diesem Zusammenhang dann der Begriff «bauernschlau» verwendet. Ich fände «lebensklug» passender.

Engagement für das Gemeinwesen

Dieser Arbeitsrahmen und die durch ihn geformte Mentalität führt zu einer Kultur der Sesshaftigkeit, die oft mit Bewegungsfeindlichkeit oder konservativer Erstarrung verwechselt wird. «Grabe, wo du stehst!» Dieser modische Slogan der Nach-80er Jugendbewegung ist auf dem Land längst verwirklicht. Was sich die städtischen Menschen – ernüchtert nach vielen Versuchen, die Welt zu verbessern – mühsam aneignen, nämlich die Zuwendung zur unmittelbaren Lebensumgebung, die Befassung mit den Problemen der Nachbarschaft und des Quartiers, ist für Bauern längst selbstverständlich. Daraus erwächst auch ein besonderes Engagement für die Probleme der Gemeinschaft und des Gemeinwesens.

Balance zwischen Nähe und Distanz

Auch auf dem Land ist jeder sich selbst der Nächste. Aber in Krisensituationen

– wenn der «Lothar» wütet, wenn der Keller voll Wasser steht, wenn es brennt – habe ich eine selbstverständliche und wortlose Solidarität beobachtet, die mich beeindruckt hat. Man schaut nicht weg, wenn der Nachbar ein Problem hat. Man packt an. Auch meine Familie und ich haben mehr als einmal von dieser nachbarlichen Aufmerksamkeit und Zuwendung profitieren dürfen. Unsere Erfahrung ist, dass gerade auf dem Land das gelebt werden kann, was vielen städtischen Menschen als Ideal vorschwebt: die Balance zwischen Nähe und Distanz. Bei aller Verschiedenheit der Lebensstile fühlen wir uns in dieser Nachbarschaft aufgehoben und sicher.

Emotion, Offenheit, Kommunikation

Die Zukunft der Landwirtschaft. Eigentlich sieht sie ja nicht so rosig aus. Sie sind in einer Branche mit Negativwachstum und widrigen strukturellen Bedingungen. Wo aber sind Ihre Chancen? Ich meine, sie liegen in der Emotion, in der Offenheit und in der Kommunikation. Emotionen sind Ihre grosse psychologische Chance. Je zahlreicher die Optionen der modernen Menschen sind, desto stärker wird der Hang zur Verortung und zur Bodenverbundenheit. Für immer mehr Leute wird die ländliche Lebensform zum vitalen Gegenmodell. Bewirtschaften Sie die Sympathie, die das ländliche Lebensmodell genießt! Die Plakat-kampagne mit Michael Schuhmacher im Bauernhemd ist punktgenau in die richtige Richtung gegangen. Soviel zu den Emotionen. Hofläden, Schlafen im Stroh, Begegnung mit Tieren, Ferien auf dem Bauernhof, Burezmorge – nicht nur am 1. August – das alles baut doch auf dieser fundamentalen Sympathie auf, die das Landleben genießt. Dass es nicht bei PR-Aktionen bleiben muss, sondern



Erich Waldmeier, Direktor AGRIDEA Lindau, doziert Beratungsgeschichte.

Crossmediales Kommunizieren: Worauf kommt es wirklich an?

Kommunikation wird oft durch Barrieren behindert.

«Da ist zunächst einmal die Angst, etwas falsch zu machen. Die wissenschaftliche Arbeitsweise verlangt von Ihnen, objektive Wahrheiten und vollständige Argumentationsketten zu finden und jede Aussage mit Quellen zu belegen. Der hektische Medienbetrieb dagegen verlangt von den Beteiligten oft die Vorläufigkeit, den Mut zur Lücke. Der Drang nach Differenzierung und Vollständigkeit führt oft zu zeitlichen Rückständen und damit zum Misserfolg im Wettbewerb. Dazu ein Beispiel, wie es mir ein Bankier gesagt hat: Wenn 80 Prozent stimmen, steige ich ein und mache das Geschäft. Denn es würde so lange dauern, auch noch die restlichen 20 Prozent abzuklären.»

Bei schlechten Sichtverhältnissen navigieren.

«Wir müssen also, ausgehend von den Gegebenheiten des modernen Kommunikationsbetriebs, lernen, auch bei schlechten Sichtverhältnissen zu navigieren, das heisst mit unvollständigen Grundlagen zu urteilen und zu entscheiden. Dies setzt eine gewisse Bereitschaft (oder eine Erziehung) zur Oberflächlichkeit im Sinne der «helicopter view» voraus. Die wichtigen Fragen lauten: Worauf kommt es wirklich an? Wer muss was wirklich wissen und welche entscheidenden Zielpersonen oder Zielgruppen müssen überzeugt werden? Daraus folgt sofort die nächste Frage: Wie aufnahmefähig ist diese Zielgruppe überhaupt, vor allem bei der herrschenden Reizüberflutung?»

Kommunikationsziele für mehrere Medien.

«Der Ausweg wird sein, dass wir die Darreichungsformen attraktiver machen müssen. (Der «Blick» und «20 Minuten» sehen nicht von ungefähr so aus, wie sie eben aussehen, sondern weil sie das Bild, die Typografie, die Schmuckelemente als Hilfe und Verlockung zum Lesen einsetzen, dies nur als Beispiel.) Die zweite Strategie ist die Kommunikation in verschiedenen Medien. Immer klarer sehen wir, dass wir Kommunikationsziele nicht mehr mit nur einem einzigen Medium erreichen. Das crossmediale Denken wird zunehmend zum Erfolgsfaktor. Deshalb gibt es Mediensysteme wie CASH, Gesundheit/Sprechstunde und andere.»

Karl Lüönd

→ auch Ertragsquelle sein kann, haben Sie ja schon längst entdeckt. Wenn ich an die Kürbishöfe und die ganzen Erlebnis-parks im In- und Ausland denke, vermute ich, dass die Chancen noch lange nicht ausgereizt sind.

Nichts ist unmöglich

Einer Versammlung von Beraterinnen und Beratern brauche ich wohl nichts zu erzählen über die wichtigste Grundhaltung des Beraters, die Offenheit. Sie schliesst nicht nur Neugier ein, sondern auch die Neigung zum Querdenken. Nicht umsonst hat die erfolgreichste Automarke der Welt den Slogan gewählt «Nichts ist unmöglich!» Das Undenkbare zu denken und nicht gleich jeden auszugrenzen, der intellektuell über den Hag frisst, damit fängt die Offenheit an. Und wenn jemand Ihre Ideen für verrückt erklärt, ist die Chance gross, dass Sie den Schlüssel für einen Zukunftserfolg gefunden haben. Die Trägheit der Apparate und das Beharrungsvermögen, das mit Tradition verwechselt wird, muss man als sportliche Herausforderung annehmen. Zugegeben: Es braucht Nerven, aber es ist die Sache wert. Sind es nicht Bauern gewesen, die ganz am Anfang des Internet-Booms mit «pop-agri.ch» eine durchaus lukrative Erfolgsgeschichte geschrieben haben? Ich bin sicher, auch die damaligen Verantwortlichen sind von den Bedenkenträgern damals als verrückt bezeichnet worden.

Komplexitätsreduktion

Was er auf der Basis seines soliden Wissens durch die Tugenden der Neugier und der Offenheit erfahren hat, gibt der gute Berater, die gute Beraterin weiter

– und das geschieht durch Kommunikation. Was nützt es, wenn Sie wissen, was richtig ist, wenn Sie aber nicht verstanden werden? Längst ist Kommunikation eine der vier tragenden Säulen jeder unternehmerischen Tätigkeit und jedes Projekts. Die drei anderen sind die Strategie (welche Marktleistung biete ich an?) – das Personal (mit welchen Leuten realisiere ich es) und die Finanzen.

Unsere direkte Demokratie, verschärft durch Föderalismus und Subsidiarität, ist ein ausgezeichnetes Trainingslager für die Kommunikation. In der Politik – auch in der Landwirtschaftspolitik – sind wir ja ständig gezwungen, Mehrheiten bei Leuten zu gewinnen, die von der Sache nichts verstehen. Weil in diesem Land Pöstler, Hausfrauen und Rentner über die Gentechnologie abstimmen können, braucht es Kommunikation, und zwar in der Form der Komplexitätsreduktion.

«Die Flamme erhalten, nicht die Asche bewachen»

Ich fasse zusammen: Ich sehe die grosse Chance der Landwirtschaft und ihrer Hilfsbetriebe in der aktiven und offensiven Bewirtschaftung der vorhandenen Werthaltungen plus Kommunikation auf der Grundlage von Offenheit und Neugier. Landwirtschaft steht für harte Arbeit, für Verpflichtung gegenüber Tier, Natur und Märkten, für Sesshaftigkeit und Verlässlichkeit. Wie alle Branchen der Schweizer Wirtschaft – denn wir werden mit oder ohne WTO ein Hochlohnland bleiben – wird die Landwirtschaft ihre Zukunft in den Nischen mit der hohen Wertschöpfung finden. Dass diese durch die Verlängerung der Wertschöpfungs-

ketten erreicht werden kann, haben Sie mit Hofläden, Cheminee-Holzangeboten, Besenbeizen usw. längst realisiert. Die Risiken auf dem Weg in die Zukunft sind die falsch verstandene Tradition und die Trägheit der Apparate. Tradition bedeutet ja die Erhaltung der Flamme und nicht die Bewachung der Asche.

Die entscheidenden Fragen werden sein:

- Wie halten wir uns informiert?
- Was tun wir, damit wir innerlich fit (motiviert) bleiben?
- Wie halten wir uns unzufrieden und unruhig?

Sie sehen: Es sind eigentlich die gleichen Fragen, welche alle Branchen unserer Wirtschaft umtreiben. Und wenn ich sehe, was gegenwärtig auf den Finanzmärkten abgeht, wo die Bodenhaftung längst verloren gegangen ist, muss es Ihnen in der Landwirtschaft ja schon wieder wohl sein.

Karl Lüönd

Zum Autor



Karl Lüönd (1945) ist Publizist und Medienspezialist. Gemäss Logotext macht er redaktionelle Projekte, Öffentlichkeitsarbeit, Gesamtlösungen für Unternehmens-Publizistik, Verlagsgeschäfte. Im 2007 erhielt Karl Lüönd den Zürcher Journalistenpreis «für sein Lebenswerk», wie es in der Laudatio hiess. Die Übergabe fand in Winterthur im Beisein von Bundesrätin Doris Leuthard statt.
karl.luond@tolhusen.ch

Info

Im November 2008 erscheint von Karl Lüönd: «Rohstoff Wissen – Geschichte und Gegenwart der Schweizer Pharmaindustrie im Zeitraffer? Verlag NZZ Libro