VDAJ intern

Das Magazin des Verbandes Deutscher Agrarjournalisten

Ausgabe 4/2019

2020 ist nah!

Ein ereignisreiches Jahr neigt sich dem Ende entgegen. Spannende Entwicklungen prägten auch das Agrarjahr 2019. Und es zeichnet sich ab, dass dies so weitergehen wird. Die Themen werden somit auch den Agrarjournalisten nicht ausgehen. Zunächst aber wünschen wir allen Mitgliedern einige geruhsame Weihnachtstage und einen gelungenen Start ins Jahr 2020. Wir sehen uns in Berlin!

8

In der Champagne fließt nicht nur Wein. Hier stellt sich Milchviehhalter Jean-Charles Blanchaert den Fragen der Journalisten. Foto: Seuser

10

Rosen, Medien, Personalien und kollegiale Geselligkeit – die VDAJ-Jahrestagung war mal wieder eine runde Sache. Foto: Tomm

32

Im Januar ist es wieder soweit – Grüne Woche in Berlin. Bitte beachten Sie die Beilagen in dieser Ausgabe. Foto: IGW

Aus dem Inhalt

03 Editorial

Topp-Thema

04 Zu Gast in Vilnius: Ein Roggenbrot als Bekenntnis zu Europa

08 **ENAJ**
Innovation trifft auf Tradition

10 VDAJ Jahrestagung 2019

Aus der Branche

16 Agrarwissenschaften und Medien

Aus den Landesgruppen

17 LG Baden-Württemberg

18 LG Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland

20 LG Rhein-Weser

22 LG Berlin/Brandenburg

25 LG Bonn

28 LG Niedersachsen/Sachsen-Anhalt

30 Personalien

31 Impressum / Medienkontakte

Titelbild:
So viel Glück? Das geht ja auf keine Kuhhaut. Foto: Krick, Bildcollage: Winnen

Bitte beachten Sie die Beilagen zur Internationalen Grünen Woche!

Prof. Dr. Katharina Seuser, 1. Vorsitzende des VDAJ

Klimawandel und Nachhaltigkeit kommunizieren

Zur Zeit geht es hoch her: Landwirtinnen und Landwirte protestieren gegen die neuen Auflagen, die mit dem Agrarpaket auf sie zukommen. Ihr Protest ist erfolgreich, ihre Sorgen stoßen in der Öffentlichkeit überwiegend auf Verständnis. Allerdings sind damit noch keine Erfolge beim Umwelt- und Klimaschutz erreicht, die müssen sich durch nachhaltiges Wirtschaften auf den landwirtschaftlichen Betrieben einstellen. Hierbei können die Agrarjournalistinnen und -journalisten ihre Kernzielgruppe unterstützen – mit Topp-Informationen aus Wissenschaft und Praxis.

Wie wichtig das Thema Klimawandel für die Landwirtschaft und den Agrarjournalismus ist, zeigt auch diese VDAJintern-Ausgabe. Klimawandel und Nachhaltigkeit waren zentrale Themen der 6. FriedensBrot-Konferenz, über die unser VDAJ-Kollege Julian Haase vom Bauernblatt Schleswig-Holstein berichtet (Seite 4). Unser Dank gilt auch Dr. Giebfried Schenk, der das Stipendium der Initiative Friedensbrot für Nachwuchsjournalisten ins Leben gerufen hat. Dieses Stipendium hat Julian Haase die Teilnahme an dieser hochkarätigen Veranstaltung für Frieden, Völkerverständigung und die Zukunft der Landwirtschaft ermöglicht.

Wege zur Einsparung von CO_2 in der Landwirtschaft wurden auch bei der ersten Pressereise für europäische Agrarjournalisten thematisiert, zu der der französischen Verband AFJA einlud. Die gute Botschaft: Es gibt bereits vielversprechende Ansätze und viele setzen auf die Innovationskraft der Landwirtschaft. Das sind spannende Themen für Agrarjournalisten.

Für die VDAJ-Kommunikationsprofis dürfte der Bericht über den Vortrag von Martin May, Geschäftsführer und Leiter Kommunikation des Industrieverbandes Agrar IVA, besonders spannend sein (Seite 24). „Auch bei Gegenwind den Mund aufmachen“ lautete der Vortrag, den er vor VDL- und VDAJ-Mitgliedern bei der „Grünen Runde” in Bonn hielt.

Ausführliche Berichte von der diesjährigen Jahreshauptversammlung in Friedrichsdorf und Spannendes aus den Landesgruppen runden diese Ausgabe ab. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen, frohe Weihnachten und ein erfolgreiches neues Jahr.

Bis auf ein Wiedersehen in Berlin!

Ihre

Katharina Seuser

Foto: Lukas Jonaitis/Shutterstock

Zu Gast in Vilnius: Ein Roggenbrot als Bekenntnis zu Europa

30 Jahre nach dem Mauerfall und in Zeiten einer wachsenden Europaskepsis in einigen Ländern offenbaren sich auch neue Herausforderungen für die Landwirtschaft. Der Klimawandel und die Umsetzung nachhaltiger Konzepte erfordern gemeinsame Lösungen über die Staatsgrenzen hinweg. Ein positiver Imagewandel ist dringend erforderlich.

Dies sind Ergebnisse der sechsten FriedensBrot-Konferenz mit Teilnehmern aus Deutschland und elf Partnerländern entlang des ehemaligen Eisernen Vorhangs. Die Konferenz fand vom 19. bis 21. September in der litauischen Hauptstadt Vilnius statt. Julian Haase, Volontär beim Bauernblatt für Schleswig-Holstein und Hamburg, war als Stipendiat auf Einladung des FriedensBrot e.V. mit dabei.

Über Ländergrenzen hinweg: Gemeinsames Brotbacken auf dem Ferienhof Dalgedu Sodyba westlich von Vilnius.

„Wir müssen die jungen Menschen mitnehmen, die die Zeit des Kalten Krieges und der Wiedervereinigung nicht miterlebt haben“, sagte Dr. Gibfried Schenk, Geschäftsführer des Vereins FriedensBrot. Bereits zum sechsten Mal fand die vom in Berlin ansässigen Verein FriedensBrot e.V. initiierte Jahreskonferenz „Frieden und Landwirtschaft“ statt, dieses Mal auf Einladung des Landwirtschaftsministeriums und der Landwirtschaftskammer der Republik Litauen. Das multinationale Treffen unter dem Leitmotiv „Herausforderungen in Bezug auf Klimawandel und Nachhaltigkeit für die Landwirtschaft in Mittel- und Osteuropa“ verdeutlichte die Komplexität der Herausforderungen, denen sich die Landwirtschaft in Europa künftig wird stellen müssen.

Trotz politischer, gesellschaftlicher und kulturhistorischer Unterschiede sind die Schwierigkeiten von Estland im Norden bis Bulgarien im Süden in vielerlei Hinsicht ähnlich. In mehreren Arbeitsgruppen tauschten sich die Teilnehmer aus Politik und von Nichtregierungsorganisationen über funktionierende Projekte und Maßnahmen in ihren Heimatländern aus, mit denen das Image der Landwirtschaft verbessert und eine nachhaltige Wirtschaftsweise erreicht werden können. Um hierbei regionale Unterschiede abbilden zu können, wurden die Gruppen nach geographischer Lage in Nord-, Mittel- und Südeuropa unterteilt. Anschließend stellten die Teilnehmer ihre Ergebnisse vor. Die gemeinsame Arbeit über Staatsgrenzen hinweg bot dabei eine besondere, von Respekt, gegenseitigem Zuhören und Vertrauen geprägte Atmosphäre.

Ein europäisches Problem: Der fehlende Nachwuchs

Schwierigkeiten bestünden in Litauen etwa darin, junge Menschen für eine landwirtschaftliche Tätigkeit und das Leben auf dem Land zu begeistern. Der Großteil der Landwirte sei älter als 56 Jahre. Niedrige Löhne, die fehlende Aussicht auf Kredite zum Landerwerb ▶

Die Gäste erhielten Einblicke in die Geschichte Litauens, die dortige Landwirtschaft und die landestypischen Bräuche.

sowie eine mangelhafte Infrastruktur seien nur ein Teil der Probleme. Durch eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit, auch über Influencer und Soziale Medien, müsse verstärkt mit der urbanen Gesellschaft kommuniziert und der Landwirtschaft zu einem moderneren und jüngeren Image verholfen werden, so die Teilnehmer. Beispiele für eine clever beworbene Direktvermarktung wurden dabei ebenso genannt wie die Notwendigkeit, Menschen die Landwirtschaft zu erklären und näherzubringen. In Deutschland werde dies beispielsweise durch das Forum Moderne Landwirtschaft und die AgrarScouts umgesetzt, die Verbrauchern die Zusammenhänge in der Landwirtschaft erläutern. Hierzu sei es unerlässlich, Wissen und Emotionen miteinander zu verknüpfen. Dazu wurde während der Diskussion der Begriff „AgriCOOLture“ geprägt.

Teil der Lösung

Anton Blöth, Vorsitzender des Vereins FriedensBrot, bekräftigte, man brauche nicht nur Forschung, Kommunikation und ein gelungenes Marketing, sondern auch eine „Start-up-Mentalität“ sowie neue Geschäftsmodelle, um ein positives Image zu etablieren und den Beruf für junge Menschen attraktiv zu machen. Mit Blick auf den Klimawandel hielten die Teilnehmer fest, dass die Landwirtschaft selbst Teil der Lösung sei und ein hohes Potenzial in ihr stecke, dieser Gedanke aber bisher viel zu wenig transportiert werde. Hier müsse zuversichtlicher, selbstbewusster und offensiver kommuniziert werden.

Ländergrenzen sind aufgehoben

Für die Schirmherrin des Projektes, Bundeslandwirtschaftsministerin Julia Klöckner (CDU), sei das jährliche Zusammentreffen ein „gelebtes Stück europäischer Integration“. Gerade in diesem Jahr, in dem sich der Fall der Mauer zum 30. Mal jährt, „führt uns das Friedensbrot symbolisch vor Augen, dass aus Vielfalt Einheit werden kann“, sagte sie bei ihrem Besuch im südlichen der drei baltischen Staaten. Die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) nach 2020 müsse einen größeren Beitrag zu Umwelt-, Natur- und Klimaschutz leisten und dafür Anreize für die Landwirte schaffen. „Moderne Landwirtschaft und Umweltschutz dürfen nicht länger als Gegensätze gedacht werden“, sagte die Ministerin. „Viele Probleme, mit denen wir jetzt und in Zukunft konfrontiert werden, können wir nur gemeinsam lösen“, bilanzierte sie und fügte hinzu: „Der Klimawandel macht nicht an Ländergrenzen halt.“

Das Roggenbrot verbindet

Im kommenden Jahr wird die siebte FriedensBrot-Konferenz in Slowenien stattfinden, wofür das zuvor in einem gemeinsamen Gottesdienst gesegnete Friedensbrot symbolisch vom litauischen Agrarminister Andrius Palionis an seine slowenische Amtskollegin Dr. Aleksandra Pivec weitergereicht wurde. Gibfried Schenk resümierte: „In Deutschland gibt es zunehmend weniger Wissen über die Landwirtschaft und über die Entwicklungen in Litauen und in den anderen mittel- und südosteuropäischen Ländern.“ Genau dort setze der Verein FriedensBrot an. Es sei vielleicht kein Zufall, dass die Initiative FriedensBrot in Deutschland ihren Ursprung hat, vertritt die wiedervereinigte Bundesrepublik doch als einziges Land beide Seiten des ehemals geteilten Europas. Seit 2005 wird durch den Verein an historisch bedeutsamen Orten entlang des ehemaligen Eisernen Vorhangs Roggen angebaut, der zu einem gemeinsamen Friedensbrot verbacken wird.

Gemeinsamkeit betont

Beim Besuch des Resorts „Dalgedu Sodyba“ im Westen von Vilnius, einem Freilichtmuseum und Ferienhof, hatten die Teilnehmer zum Abschluss die Gelegenheit zu ganz praktischer Arbeit: Zusammen wurden kleine Brote in einem Holzofen gebacken. Das gemeinsame, symbolträchtige Brotbacken über Ländergrenzen hinweg war auch durch die Gastfreundschaft und Warmherzigkeit der Inhaberin etwas ganz Besonderes, die Atmosphäre respektvoll und fröhlich. Nebenbei erfuhren die Gäste eine Menge über die Geschichte der litauischen Landwirtschaft und über landestypische Bräuche.

Ein persönlicher Blick

Familiär von der Teilung Deutschlands und Europas betroffen, war die Reise ins Baltikum für mich etwas überaus Einprägsames. Gastfreundschaft, Herzlichkeit und eine auch bei offiziellen Anlässen familiärere Atmosphäre, als man sie aus Mittel- und Westeuropa kennt, waren zu jeder Zeit spürbar. Da die Rückreise nach Deutschland erst am Sonntagabend stattfand, hatten wir am Vorabend und am Sonntag noch die Gelegenheit, Vilnius zu erkunden. Eine malerische Altstadt, direkt an der Memel gelegen, zeigt deutlich ein aufstrebendes, junges Litauen voller Selbstbewusstsein. Zwischendurch und in den Rand- und Außenbezirken ist die Sowjetvergangenheit aber auch im Jahr 2019 noch mancherorts sichtbar.

Rückblickend war die vom Verein FriedensBrot ermöglichte Reise eine Reise voller Begegnungen, Emotionen, neuem Wissen und Erfahrungen, die mir in vielerlei Hinsicht in besonderer Erinnerung bleiben werden.

Weitere Informationen über die Arbeit des Vereins unter friedensbrot.eu

Der Vorsitzende des Vereins Friedensbrot, Anton Blöth (li.), und Alois Bauer, Unterabteilungsleiter für EU-Angelegenheiten und Fischerei im Bundeslandwirtschaftsministerium.

Anton Blöth fasst die Ergebnisse aus einer der Arbeitsgruppen zusammen.

Dr. Gibfried Schenk, Geschäftsführer des Vereins Friedensbrot, begrüßt die Konferenzteilnehmer.

Mindaugas Milinis (Mitte), Agrarattaché der Botschaft der Republik Litauens, ist anlässlich der 6. FriedensBrot-Konferenz in Vilnius zum FriedensBrot-Botschafter ernannt worden.

Die Schirmherrin des Projektes, Bundeslandwirtschaftsministerin Julia Klöckner, bei ihrem Besuch im Baltikum. Ein Fotograf stand oben, einer unten.

Die Teilnehmer der sechsten Konferenz „Frieden und Landwirtschaft“ vor der Wasserburg Trakai, knapp 30 km westlich von Vilnius gelegen

Fotos: Haase

Innovation trifft auf Tradition

Sanfte Hügel, edle Tropfen und mehr: Der französische Agrarjournalistenverband AFJA lud in die Champagne ein.

Die Region Champagne-Ardennes im Nordosten Frankreichs hat für Agrarjournalisten viel zu bieten: Einblicke in die weltberühmte Champagnerproduktion, Acker- und Futterbau, Rindfleischerzeugung und innovative Ideen für eine zukunftsfähige Landwirtschaft. Von Paris zum traditionsreichen Familienunternehmen Taittinger in nur zwei Stunden – die Wege waren kurz und das Programm vollgepackt und hochkarätig.

Zum Auftakt lud der französische Milchverband Cniel (Centre National Interprofessionel de L'Économie Laitière) in die Rue de Châteaudun nach Paris ein. Die Präsidenten des Cniel, des Verbandes der Rindfleischerzeuger Interbev und des Verbandes der Getreideerzeuger AGPB und weitere Fachleute informierten über verschiedene Programme und Strategien, um die Zukunft der Landwirtschaft zu sichern. Im Mittelpunkt standen Programme zur Senkung der CO_2-Emissionen, zu mehr Tierwohl und zur Qualitätssicherung.

Frankreich verfügt über 58.000 Milchviehbetriebe mit durchschnittlich 60 Kühen und über 762 Molkereien. Die Milchproduktion beläuft sich auf rund 24,6 Milliarden Liter. In Sachen Klimaschutz hat der französische Milchviehsektor ambitionierte Ziele: Von 2015 bis 2025 soll in 3.900 Pilotbetrieben der Klimagasausstoß um 20 Prozent und damit um zwei Millionen Tonnen gesenkt werden. Rindfleischerzeuger sollen die Emissionen um 15 Prozent senken, dieses Ziel wird überwiegend durch regionale Futtermittel erreicht.

Abends in politischer Runde

Abends empfing Frankreichs Agrarminister Didier Guillaume die Agrarjournalisten in seinem Ministerium. Er forderte ein Agrarbudget ohne Abstriche für eine wettbewerbsfähige, innovative und resiliente europäischen Landwirtschaft. „Die gemeinsame Agrarpolitik steht für eine bessere Landwirtschaft und für eine gesündere Ernährung", sagte der Minister. Dazu seien eine gemeinsame Politik für alle 27 Mitgliedsländer erforderlich. Der Minister ließ verlauten, dass 16 EU-Länder die französische Position unterstützen würden.

„Prickelnde" Exkursion

Der zweite Tag stand ganz im Zeichen des Champagners. Das Familienunternehmen Taittinger und die Genossenschaft Nicolas Feuillatte, nach Moet und Veuve Cliquot der drittgrößte Champagnerhersteller der Welt, öffneten ihre Kellereien und etliche Flaschen für die Agrarjournalisten. Nach einem Gesetz aus 1927 darf sich nur Champagner nennen, was aus den Trauben von rund 34.000 Hektar in den Departements Marne, Aube, Aisne, Haute-Marne und Seine-et-Marne erzeugt wird. Das edle Getränk ist ein Cuvé aus Chardonnay, Pinot noir und Meunier. Der Rosé verdankt seine Farbe dem Zusatz von Rotwein.

Während die einen bewusst auf Tradition setzen, müssen sich andere komplett neu erfinden. So die ehemalige Garnisonsstadt Châlons-en-Champagne, die mit dem Projekt Planet A die Transformation der Landwirtschaft in den Mittelpunkt stellt. „Wir wollen Landwirtschaft und Gesellschaft wieder zusammenbringen und den Wissensaustausch verbessern", erklärte Bürgermeister Benoist Apparu. Geplant ist eine „Stadt der Landwirtschaft", die als Inkubator für Innovationen und zur Information der Öffentlichkeit über Landwirtschaft dienen soll. Zu den derzeitigen Aktivitäten von Planet A zählen ein jährlicher internationaler Kongress, Schulungen und die Entwicklung einer Strategie zur Reduzierung von Klimagasen.

Über allem steht die Diskussion ums Klima

Bei der klimafreundlichen Milchvieh- und Rinderhaltung spielt die Fütterung eine wichtige Rolle. Wird Sojaschrot gegen heimisches Eiweißfutter eingetauscht, sinkt der CO_2-Fußabdruck drastisch, weil Umweltschäden und lange Transportwege nicht mehr in die Bilanz einfließen. In der Champagne wird Luzerne als klimafreundliches, hochwertiges Futter für Wiederkäuer und Pferde angebaut.

Die dreijährige Kultur ist mit drei bis vier Schnitten von April bis Oktober hochproduktiv, bindet Luftstickstoff und erfordert wenig Pflanzenschutz. Der Proteinertrag pro Hektar ist mit dem von Soja vergleichbar. Im Trocknungs- und Futtermittelwerk Luzéal in Remy sur Bussy wird jährlich Luzerne von rund 20.000 Hektar getrocknet und zu Heu und Pellets verarbeitet.

Nach einer Werksbesichtigung gab es noch ein Highlight für Technikfans: Eine schlagkräftiges Erntegespann bei der Bergung angewelkter Luzerne. Luzerne verfüttert auch Jean-Charles Blanchaert, der zum Abschluss der Pressereise auf seinen Milchviehbetrieb einlud.

Es ist ein Familienbetrieb par excellence mit der bekannten Herausforderung der niedrigen Milchpreise. Trotzdem hat er erst kürzlich in einen neuen Stall und Melkroboter investiert. Die Technik, sagte Blanchaert, habe ihm neue Freiheiten und Lebensqualität geschenkt, zuversichtlich sieht er nach vorn. Wir wünschen bonne chance et au revoir!

Katharina Seuser

21 Agrarjournalisten aus 14 europäischen Ländern nahmen an der ersten ENAJ-Pressereise des französischen Verbands AFJA teil. *Fotos: Seuser*

Landwirtschaft in Frankreich

- Frankreich ist der sechsgrößte **Agrarproduzent** der Welt und in Europa führend.
- Frankreich verfügt über rund **ein Drittel der europäischen LN**.
- Nach den USA ist Frankreich das **zweitgrößte Exportland** für Agrarprodukte.
- **49 Prozent der Exporte** werden auf dem EU-Markt abgesetzt.
- Zu den **wichtigsten Agrar-Exportgütern** zählen Weizen, Rindfleisch, Schweinefleisch, Geflügel und Milchprodukte.
- **Französische Produkte** von hoher Qualität wie Käse und Weine sind besonders wettbewerbsfähig.
- 2010 gab es in Frankreich 490.000 und in Überseegebieten 24.800 **landwirtschaftliche Betriebe**.
- 2010 arbeiten **970.000 Menschen** auf landwirtschaftlichen Betrieben; das entspricht 3,3 Prozent aller Beschäftigten.

Stadt, Land, Bus

Foto: Krick

Zum zweiten Mal in Folge fand die VDAJ-Jahrestagung in Friedrichsdorf statt. Die Region rund um den Sitz der Geschäftsstelle hat so viel zu bieten, dass erneut ein aufregendes, spannendes Programm auf die VDAJ-Mitglieder wartete. Der Dank gebührt dem Team rund um Cornelius Mohr, Bernd Weber und Christiane Löw. Überschaubare Fahrtzeiten zu den Exkursionszielen ließen reichlich Raum für die Besichtigungen und Betriebsbesuche. Die „Grüne Tour" unter der Leitung von Cornelius Mohr führte ins Umland, den Schwerpunkt bildeten die Sonderkulturen. Bernd Weber begleitete die zweite Gruppe in die Medienstadt Frankfurt.

Exkursion 1: Wo die Rosen blühen

Für Gartenfreunde gab es keine andere Option, als in den Bus zu steigen, der die Teilnehmer zum Hotspot der hessischen Rosenproduktion brachte.

Der Ort Steinfurth in der Wetterau ein Hotspot der Rosenproduktion? Kaum zu glauben, dass der in dieser Region zu finden ist. Die dort ansässige Rosen-Union ist die einzige Genossenschaft im Rosenanbau deutschlandweit. Im Rahmen der VDAJ Jahrestagung konnte sich eine kleine, aber sehr interessierte Gruppe von diesem Geschäftsmodell überzeugen.

Einst das größte Anbaugebiet in Europa mit zeitweise 89 Betrieben und 10 Millionen produzierter Pflanzen pro Jahr, umfasst die Rosen-Union aktuell noch 10 Betriebe und produziert rund zwei Millionen Pflanzen pro Jahr, berichtete Geschäftsführer Siegfried Karlin. Hauptaufgabe der Genossenschaft ist die Vermarktung, und zwar weltweit. Die Königin der Blumen erfreut sich immer noch großer Beliebtheit, wenn auch der Absatz in den letzten Jahren zurückgegangen ist.

Siegfrid Karlin führte die Kolleginnen und Kollegen in die Welt der Rosen ein. Zehn Betriebe sind in der Rosen-Union zusammengefasst.

Rosen mausern sich zum Gewinner des Klimawandels. Sie kommen mit viel Sonne und wenig Wasser gut zurecht.

Auch Rosen trenden

Grund dafür ist weniger der private Bereich als vielmehr der Rückgang öffentlicher Bestellungen, beispielsweise für die Bepflanzung von Parks und Gärten. Der Geschmack der Kunden ist bekanntlich unterschiedlich und Schwankungen unterworfen. Aus diesem Grund sind über 500 Sorten in der Rosen-Union zu finden und es kommen immer wieder neue hinzu.

Bei der Auswahl der richtigen Sorte, muss der Rosenzüchter nahezu hellseherische Fähigkeiten beweisen, denn von der Pflanzung bis in den Laden vergehen zwei Jahre in einem Rosenleben. Das ist im Vergleich zur Züchtung neuer Sorten nur ein Augenblick. Bis zur Markteinführung einer Neuzüchtung können bis zu zehn Jahre ins Land gehen. Ein weiterer Grund, warum die Rose besonders bei Hobbygärtnern beliebt ist: Sie ist ein Gewinner des Klimawandels. Sie braucht viel Sonne und kann längere Trockenperioden überstehen, da es sich um einen Tiefwurzler handelt. Eine Diva ist die Rose trotz Adelsprädikat nicht, denn sie stellt keine besonderen Ansprüche an den Boden.

Und was erwarten die Kunden von einer Rose? Robustheit und Duft, so der Experte Siegfrid Karlin. Ein schmaler Grat, denn diese beiden Eigenschaften schließen sich gegenseitig aus. Die Rose gilt als Symbol für die Liebe, auch deren Anbau erfordert bereits Leidenschaft. 90 Prozent ist reine Handarbeit, nur die Pflanzung erfolgt automatisch.

Und wie sieht die Zukunft der Genossenschaft aus? Die Probleme sind die gleichen wie in fast allen Branchen, besonders der Nachwuchs fehlt. Dennoch bleibt Geschäftsführer Karlin optimistisch, da die Rosen-Union seit ihrer Gründung im Jahr 1961 es immer wieder geschafft hat, neue Wege zu gehen. Beispielhaft stehen dafür der zum Verweilen einladende Rosengarten und der eigene Verkaufsraum mit Café.

Obst und Gemüse nah am Verbraucher

Nach den Rosen stand die Besichtigung des Hofes der Familie Reuhl auf dem Programm. Unter dem Namen „Wetterauer Früchtchen" ist dieser Betrieb auf Sonderkulturen spezialisiert. Die wechselhafte Geschichte des seit 1964 bestehenden Betriebes unterstreicht das Motto von Seniorchef Klaus Reuhl: „Wir wollen nicht jammern und betteln, uns fällt immer was ein". Angefangen ganz klassisch mit Ackerbau und Viehzucht über den Betrieb einer Biogasanlage bis zum heutigen Label Wetterauer Früchtchen, musste man sich immer wieder neu erfinden.

Klaus Reuhl präsentiert „seine" Früchtchen im eigenen Hofladen. Fotos: Tomm

Auf einem großen Teil der 230 Hektar umfassenden Fläche werden Erdbeeren, Spargel, Süßkirschen und Himbeeren angebaut. Der Rest steht nach wie vor für den Ackerbau zur Verfügung. Bei der Vermarktung setzt Betriebsleiter Maximilian Reuhl, Sohn von Klaus Reuhl, voll auf die regionale Vermarktung. Ganz nach dem Motto „Wächst hier – Schmeckt mir" wird nahezu die Hälfte der Ernte an eigenen Verkaufsständen unter die Leute gebracht.

Der Rest kommt bei Rewe und Edeka unter dem regionalen Label „Landmarkt" in die Regale. Und das nicht nur in der Hauptsaison. Denn Erdbeeren gibt es bei den Wetterauer Früchtchen bis in den Oktober hinein. Möglich machen es immer tragende Sorten oder der geschützte Anbau unter Folie. Für letztere Methode hat man sich auch bei dem Anbau von Himbeeren entschieden, so dass rund 10 Hektar der Anbaufläche von Folientunneln belegt ist.

Ein besonderes Augenmerk richtet der Betriebsleiter auf Qualität und Nachhaltigkeit. Nicht verkaufte Ware wird in der eigenen Bäckerei und Konditorei zu leckerem Kuchen, schmackhafter Marmelade und weiteren Köstlichkeiten verarbeitet, die im hofeigenen Laden neben vielen anderen Spezialitäten verkauft oder im Café oder in der Straußwirtschaft direkt vor Ort genossen werden können.

Manuel Tomm

Exkursion 2: Medienstandort Frankfurt

Unweit von Friedrichsdorf präsentiert sich die unverwechselbare Frankfurter Skyline. Die Bankenstadt ist auch ein Zentrum für die Medienwelt.

Zunächst ging es zur FAZ in der Hellerhofstraße. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.) zählt zu den bedeutendsten überregionalen Tages- und Wirtschaftszeitungen in Deutschland und der Welt. „Sie hat den Mut zur eigenen Meinung und die Kraft, gesellschaftliche Debatten anzustoßen und auf sie einzuwirken. Eine Zeitung, gemacht von erstklassigen Journalisten für Leser mit höchsten Ansprüchen". So beschreibt das Medienhaus sich selbst auf seiner Internetseite.

„Rechercheschwach – meinungsstark – das ist FAZ" – so unkte ein uns unbekannter Mitarbeiter des Hauses im gläsernen Aufzug über seinen Arbeitgeber. Der humorvollen Einstimmung folgten dann schnell harte Fakten und Zahlen um Auflage und Leserbindung. Felix Hooss, Audience Manager bei FAZ.net beschrieb den Konkurrenzkampf im digitalen Zeitungssektor, die Verbindungen zwischen digital und print sowie die Bezahlmodelle für digitale Angebote. Aktuell verzeichnet FAZ.net monatlich 66 Millionen Visits und 21 Millonen unique User. Die Zahl der User ist das eine, die Zahl der zahlenden Leser das andere. Laut einer Studie von Reuters aus dem Jahr 2019 sind das lediglich acht Prozent der Nutzer digitaler Angebote.

So sollen Leser auch Zahler werden

Wer kennt sie nicht – die lästige Paywall. „Die wird von Kunden nur überwunden, wenn das Angebot mit den Erwartungen übereinstimmt", erläuterte Hooss. Und ja, damit habe die FAZ ein Problem gehabt. Man habe deshalb unterschiedliche Modelle entwickelt, geprüft und wieder verworfen. Aktuell sieht man sich mit einem klaren 3-Stufen-Abomodell gut aufgestellt: die preisgünstige Variante F+ mit einfachen Einstiegs- und Ausstiegsmöglichkeiten, das Angebot *F.A.Z. Digital* für Stammleser und die *F-A-Z. Premium,* das die gesamte gedruckte Version abbildet. Unternehmerisches Ziel ist, die Anzahl der Bezahlartikel sukzessive zu erhöhen. Die größte Anziehungskraft üben gesellschaftsrelevante Beiträge aus sowie Themen, die sich mit Wirtschaft und Finanzen beschäftigen.

Die FAZ feiert in diesem Jahr ihren 70. Geburtstag. Tradition verpflichtet, sagt man. Natürlich gilt das auch für den Blick in die Zukunft. Eine kurze Stippvisite bei der Online-Redaktion machte deutlich, dass die Redakteure dort mit Hochdruck an der Zukunft des Mediums arbeiten.

Nur die besten Geschichten werden erzählt

Im Anschluss gewährte uns der Hessische Rundfunk im „Funkhaus am Dornbusch" einen Einblick in die Arbeit einer öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalt. Der HR erreicht mit seinem Fernsehangebot rund 4,6 Millionen Zuschauer, die Radioprogramme hören etwa 2,3 Millionen Menschen in Hessen. Für eine lebhafte Gesprächsrunde standen uns Wolfhard Kahler, Leitungsteam Programmbereich Hessen, Jürgen Ackermann, Redakteur Fernsehen Wirtschaft, hr-iNFO Ressortleiter Eberhard Nembach sowie Intendant Manfred Krupp Rede und Antwort.

Wann schafft es eine Meldung als Geschichte ins Programm? Die Entscheidungskriterien erläuterten die HR-Vertreter am Beispiel der „grünen Kreuze", über die jeder Bescheid wusste.

Hier arbeiten die Redakteure am FAZ-Online-Angebot.

v.li.: Christian Bender, Jürgen Ackermann, Wolfhard Kahler, Dr. Eberhard Nembach.

Eine große Gruppe der VDAJ-Mitglieder nutzte die Gelegenheit, die Medien in Frankfurt kennenzulernen. Hier ein Gruppenfoto beim Hessischen Rundfunk. *Foto: HR*

Ein Fernsehstudio wirkt etwas unaufgeräumt. Erst mit mobilen Wänden und Beleuchtung entsteht Studioatmosphäre.

Bei einer Live-Sendung dabei zu sein, ist etwas Besonderes. Zwischen Verkehrsmeldungen und Agrarjournalisten – manchmal läuft eine Sendung etwas anders als geplant. *Fotos: Krick*

„Wir klopfen solche und ähnliche Geschehnisse auf Regionalität, Aktualität, Emotionalität, Nutzwert und Gesprächswert ab," sagte Wolfhard Kahler. „Die „grünen Kreuze schafften es in den Hörfunk und in die social-media-Kanäle, nicht aber ins Fernsehen." *(Anm. der Redaktion: Das sah am nächsten Tag bereits anders aus, es wurde in den Fernsehnachrichten berichtet).*

Die Übergänge sind dabei fließend und können sich also ändern, nicht immer sind sich alle in der Beurteilung einig. Am Ende entscheidet auch das Bauchgefühl mit. Bei der Programmgestaltung unterscheidet der Hessische Rundfunk nicht nach Stadt- und Land-Bevölkerung, sehr wohl aber nach Alters- und Interessensgruppen. Die kluge Koordination aller landesrelevanten Themen scheint somit die größte Herausforderung für einen Sender darzustellen.

In der praktischen Umsetzung muss alles möglichst locker „rüberkommen". Wie das funktioniert, zeigte uns Moderator Detlef Budig in Echtzeit. „Ich habe heute Agrarjournalisten zu Gast im Studio, ich wusste gar nicht, dass es so etwas gibt", moderierte er spontan zwischen zwei Musiktiteln. Und nach den Verkehrsnachrichten waren wir unversehens Teil der Sendung. Ein kurzer Rundgang durchs Haus und ein Blick in das Fernsehstudio rundeten diesen anregenden Nachmittag ab.

Marco Maier stellte am Abend „seinen" Sender FFH vor und sprach über die Besonderheiten des privaten Rundfunks. *Foto: Krick*

Medien waren auch Thema des Abends

Vielfach anderen Herausforderungen müssen sich die privaten Anbieter von Medienformaten stellen. Das verdeutlichte der Abendvortag von Marco Maier, Geschäftsführer Radio/Tele FFH. „Unser Ziel muss es sein, so viele Hörer wie möglich zu gewinnen, da wir uns ausschließlich über Werbung finanzieren", erläuterte er. „Dazu setzen wir verstärkt emotionale Impulse. Entertainment, wie beispielsweise Gewinnspiele, sind fester Bestandteil unseres Angebotes." Der FFH spricht selbst von 2,7 Millionen Hörer am Tag, 90 Prozent erreicht der Sender über UKW-Frequenzen. „Wir hoffen, dass UKW erhalten bleibt", sprach Maier ein Problem an, das den Privaten Sorge bereitet. „Für die Sicherung der Reichweite ist das die Voraussetzung."

Radio als Marke

In den fünf Regionalstudios thematisiert der FFH auch das Thema Landwirtschaft. „Unser Sendegebiet ist überwiegend ländlich geprägt. Mit Aktionen aller Art versuchen wir im ländlichen Raum deshalb ein Gegengewicht gegenüber den Öffentlich-Rechtlichen zu setzen". Maier sagte auch, man verspüre wieder ein wachsendes Informationsbedürfnis bei den Hörern. Nun gelte es, neue, moderne Formate zu entwickeln, um die junge Zuhörerschaft zu binden. In der Summe des Vortrages wurde klar, dass bei den privaten Sendern durchaus ein anderer Wind weht als bei den Öffentlich-Rechtlichen. Aus den Worten Maiers sprühte viel Marketing.

Friederike Krick

Klaus Strotmann wiedergewählt, BA unter neuer Führung

Wahlen, ein ruhendes Amt und eine neue Geschäftsführerin – die Mitgliederversammlung brachte einige Veränderungen in der Verbandsleitung mit sich. Die VDAJ-Mitglieder wählten Klaus Strotmann, Redakteur bei agrarheute, wieder zum 3. Vorsitzenden. Klaus Strotmann hat dieses Amt seit sechs Jahren inne und setzt besonders sich für die Vernetzung der jüngeren VDAJ-Mitglieder ein.

Viel Applaus gab es für Johannes Funke, den 2. Vorsitzenden des VDAJ. Er berichtete über die Landtagswahl in Brandenburg am 1. September, bei der er für die SPD kandidiert und ein Direktmandat errungen hatte. „Es ist eine große Ehre für mich, die Brandenburger zu vertreten", sagte er, „ich werde mich für sie einsetzen und auch der Landwirtschaft eine Stimme geben."

Da das politische Amt nicht mit der Repräsentation eines Journalistenverbands vereinbar ist, lässt Johannes Funke sein Ehrenamt im VDAJ ruhen. Die nächste Wahl seines Amtes findet 2020 statt.

© Tanja Schnitzler für DBV

Der Beratende Ausschuss BA wählte **Dr. Anni Neu,** Chefredakteurin der Deutsche Bauern Korrespondenz dbk, zur neuen Vorsitzenden. Sie folgte auf Wiltrud Wolters, die nach vielen Jahren an der Spitze des BA ihr Amt 2017 niedergelegt hatte. Die Mitgliederversammlung begrüßte die neue Vorsitzende und dankte Thomas Preuße, Chefredakteur der DLG-Mitteilungen, der die kommissarische Leitung von 2017 bis 2019 übernommen hatte. Zu den wichtigsten Aufgaben des BA zählt die Jurytätigkeit für den VDAJ-Kommunikationspreis, der alljährlich auf der Grünen Woche vergeben wird.

Foto: Krick

Für ihre 40-jährige Mitgliedschaft im VDAJ wurden Dr. Rainer Metzner (Mitte li.) und Dr. Johannes Siemes mit der goldenen Ehrennadel und einer Urkunde geehrt. Cornelius Mohr und Katharina Seuser bedankten sich bei den langjährigen Mitgliedern.

Foto: Mohr

Bernd Weber wünscht seiner Nachfolgerin Christina Klimmer-Berres für ihre neue Aufgabe alles Gute und viel Glück.

Foto: Krick

Zum Abschied und als kleines Dankeschön überreichten Cornlius Mohr (li.) und Katharina Seuser dem Fußballfan Weber einen Besuch bei dessen Lieblingsverein.

Wechsel in der Geschäftsführung

Christina Klimmer-Berres wird ab Januar 2020 die Geschäftsführung des Verbandes Deutscher Agrarjournalisten (VDAJ) von Bernd Weber übernehmen, der von Januar 2008 bis Dezember 2019 zwölf Jahre für den VDAJ tätig war. Er legte sein Amt auf eigenen Wunsch nieder, um sich auf seine Hauptaufgabe als Pressesprecher und Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hessischen Bauernverbandes konzentrieren zu können.

Die 31-jährige Juristin Christina Klimmer-Berres ist verheiratet und hat einen eineinhalbjährigen Sohn. Sie wurde in Obernburg bei Miltenberg in Unterfranken geboren und ist auf einem landwirtschaftlichen Betrieb aufgewachsen, den ihr Vater und der ältere Bruder bewirtschaften. Christina Klimmer-Berres hat in Mainz Jura studiert, war während der Referendarausbildung einige Zeit in London und hat nach ihrem Zweiten Staatsexamen zunächst in einer größeren Rechtsanwaltskanzlei in Frankfurt am Main gearbeitet. Seit Juni 2017 ist sie beim Hessischen Bauernverband als Juristin beschäftigt.

Im Rahmen der VDAJ-Jahrestagung in Friedrichsdorf dankte die Vorsitzende Professor Dr. Katharina Seuser dem scheidenden Geschäftsführer Bernd Weber für sein langjähriges Engagement. Bernd Weber dankte seinerseits dem VDAJ-Vorstand, den Landesgruppenvorsitzenden und allen Mitgliedern sowie speziell seiner Mitarbeiterin Christiane Löw für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Katharina Seuser

Studierende drückten im Sommer die Schulbank und beschäftigten sich mit der Wissenschaftskommunikation. *Foto: vox viridis*

Einfach ist schwierig: Agrarwissenschaften und Medien

Sommerschule der „grünen Wissenschaften" in Berlin

An der Humboldt-Universität zu Berlin fand Anfang September die erste Sommerschule zur Wissenschaftskommunikation der Agrar-, Ernährungs- und Gartenbauwissenschaften statt. Mehr als 40 Studierende von 14 Fakultäten und rund ein Dutzend Dozenten widmeten sich der Frage, wie die grünen Wissenschaften in der öffentlichen Debatte mehr Aufmerksamkeit gewinnen können.

Wissenschaft lebt vom Zweifel, Medien wollen Botschaften und zwar konkret. Die Teilnehmer der ersten Sommerschule der grünen Wissenschaften lernten während fünf Tagen, wie sich dieser Widerspruch auflösen lässt. „Reduzieren sie sich auf Kernaussagen", empfahl Armin Himmelrath vom Medienbüro Köln. Der für Spiegel online und Deutschlandfunk tätige Wissenschaftsredakteur nannte „allgemeinverständliche Sprache" als ein Erfolgskriterium erfolgreicher Wissenschaftskommunikation. Ilka Petersen, Bloggerin des World Wide Fund for Nature (WWF) bestätigte dies mit einem Maßstab, der sie als Bloggerin leitet: „Wie würde ich es meiner Oma erklären?"

Und dafür ist Zeit nötig, die jedoch in den Medien das knappste Gut darstellt. So verdeutlichte Korrespondentin Dr. Marie von Mallinckrodt im ARD-Hauptstadtstudio, dass es in einem Tagesthemen-Beitrag von 90 Sekunden schwierig sei, wissenschaftliche Erkenntnisse anschaulich darzustellen. Die Sommerschule bot mehrfach Gelegenheit sich an diesem hohen Anspruch selbst auszuprobieren: während eines Kommunikationskurses, inklusive Kameratraining, mit dem Journalisten Dietrich Holler vom Berliner Redaktionsbüro vox viridis und in einem von Prof. Dr. Matthias Kussin, Hochschule Osnabrück, geleiteten „Workshop Interviewleitfragen".

„Anwendungsorientierte Wissenschaften sind nicht nur Selbstzweck", erläuterte Prof. Dr. Rainer Langosch. Praktische Relevanz setze öffentliche Wahrnehmung voraus, so der Agrarwissenschaftler der Hochschule Neubrandenburg. Langosch und Hilmar Baumgarten, Albrecht Daniel Thaer-Institut der Humboldt-Universität, haben die von der Rentenbank geförderte Sommerschule initiiert und organisiert. Sie ist ein Gemeinschaftsprojekt des Fakultätentages Agrarwissenschaften und Ökotrophologie mit dem Fachbereichstag der Agrar-Fachhochschulen.

Das Programm umfasste ein breites Spektrum an Stakeholdern aus Medien, Politik und Interessengruppen. Die Studierenden diskutierten unter anderem mit Rainer Spiering, Obmann der SPD-Fraktion im Bundestagsausschuss für Ernährung und Landwirtschaft, Axel Finkenwirth, Pressesprecher des Deutschen Bauernverbandes, Agrarblogger „Bauer Willi" und Mathias Paul, Leiter der Pressestelle des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.

Über das nicht immer einfache Verhältnis von Wissenschaft, Medien und Politik berichtete Prof. Dr. Harald Grethe, Humboldt-Universität, der die Sommerschule als Vorsitzender des Fakultätentages Agrarwissenschaften in Berlin begrüßte. Die pragmatische Sicht der Fachmedien auf die Agrarwissenschaften vermittelten Ralph Stephan, Chefredakteur der Bauernzeitung, und Dr. Jürgen Struck, Hauptstadt-Korrespondent der Agrarzeitung.

„Seriöse Aufmerksamkeit für seriöse Wissenschaften", ist laut Dr. Jan Grossarth die Antwort auf die zentrale Frage der Sommerschule. Grossarth, Journalist, Volkswirt und Kulturwissenschaftler, hatte aus seiner Erfahrung als Redakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zudem praktische Tipps parat: Aktiv formulieren, Nominalstil vermeiden und die Dinge konkret benennen, beispielsweise von „Salz" statt „Gewürzmittel" sprechen.

Die Mechanismen der Medienarbeit

„Die Sommerschule hat 45 Studierende und wissenschaftliches Personal mit Interesse an der Öffentlichkeitsarbeit aus der Hochschullandschaft ganz Deutschlands zusammengeführt", resümierte Langosch in der Abschlussdebatte. Nur wer die Sprache seine Zielgruppe spreche, finde Gehör. Die Mechanismen der Medienarbeit zu verstehen, ermögliche es in der gelegentlich lauten und schrillen öffentlichen Debatte fundierte Inhalte und plausible Beurteilungsmaßstäbe hinzuzufügen. „Daraus ergeben sich schließlich sachgerechte Entscheidungsgrundlagen", sagte Langosch.

Die hohe Zufriedenheit der Teilnehmerschaft seien „Anerkennung und Lohn für ein Jahr harter Vorarbeit an der ersten Sommerschule zu diesem Themenfeld". Erst die Unterstützung durch den Förderungsfond der Landwirtschaftlichen Rentenbank habe die intensive Woche möglich gemacht hat. Fakultäts- und Fachbereichstagen der Agrar-, Ernährungs- und Gartenbauwissenschaften sei es nun vorbehalten, sich damit auseinander zu setzen, ob und wie das Projekt fortgeführt, respektive weiterentwickelt werde.

Frische Pilze und neue Gesichter

Die VDAJ Landesgruppe Baden-Württemberg hat sich Anfang November zur Mitgliederversammlung in Laichingen auf der Schwäbischen Alb getroffen.

Drei Anläufe benötigte die kleinste Landesgruppe im VDAJ bis ein Termin gefunden war, auf dem der Vorstand Rechenschaft über seine Arbeit im vorausgegangenen Jahr ablegen konnte. Im Frühjahr musste der Laichinger Pilzproduzent Monagham Pilzkulturen GmbH aufgrund einer Krankheitswelle im Betrieb die geplante Exkursion absagen. Die vorgeschlagene Alternative, ein Besuch der Bundesgartenschau BUGA in Heilbronn fand anschließend bei den Mitgliedern wenig Resonanz.

Aller guten Dinge sind drei und so folgten 11 der 40 Mitglieder einer erneuten Einladung auf die Alb, der eine Exkursion des irischen Unternehmens mit dem Schwerpunkt Champignonproduktion vorausging (Ausführlicher Bericht in der nächsten Ausgabe). Drei der 11 Anwesenden waren neue Mitglieder in der Landesgruppe, Friedrich Springob, Julia Appel und die aus Niedersachsen an den Bodensee gewechselte Silvia Lehnert.

Der Vorstand wurde nach dem Tätigkeitsbericht und Infos aus dem Bundesverband durch die Landesvorsitzende Gudrun Koeck und dem anschließenden Kassenbericht von Donat Singler einstimmig entlastet. Zur Wahl stand die stellvertretende Vorsitzende Ulrike Amler und Kassierer Donat Singler. Beide wurden einstimmig wiedergewählt. Matthias Borlinghaus unterstützt Gerhard Bernauer zukünftig als Kassenprüfer nach dem Ausscheiden von Daniel Haupt aus dem Team.

Angeregt haben die anwesenden Mitglieder die Frage diskutiert, welche Interessen und Wünsche nach Fortbildungen und Exkursionen vorhanden sind. Die Vorschläge wird der Vorstand aufgreifen und auch dem Wunsch, gemeinsame Exkursionen jenseits landwirtschaftlicher Themen zu organisieren, nachkommen.

Ulrike Amler

Tägliches Ringen um eine gute Vermarktung

Der Pfalzmarkt in Mutterstadt behauptet sich als genossenschaftliches Vermarktungsunternehmen für Obst und Gemüse erfolgreich in einem Umfeld, das von der Nachfragemacht des Lebensmitteleinzelhandels und einer großen Preissensibilität geprägt ist. Die Mitglieder der Landesgruppe Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland haben sich vor Ort informiert.

Das Anbaugebiet, aus dem der Pfalzmarkt von 200 aktiven Mitgliedsbetrieben aus der Region beliefert wird, umfasst heute rund 15.000 Hektar. Es profitiert von guten Böden und vom milden Klima. Frischgemüse und Salate können hier rund vier Wochen früher als in anderen deutschen Regionen geerntet werden. Wie Firmenmitarbeiter Dieter Wagner erläuterte, sind zudem zirka 13.000 Hektar bewässerungsfähig. Aufgrund dieser Voraussetzungen ist die Pfalz der Gemüsegarten Nummer 1 in Deutschland.

Im vergangenen Jahr setzte der Pfalzmarkt Obst und Gemüse im Wert von 147 Millionen Euro um. In diesem Jahr lag der Umsatz des Unternehmens laut einer aktuellen Meldung bis zum 31. August um fünf Millionen Euro über dem entsprechenden Vorjahreszeitraum. Für das Jahr 2019 geht der Pfalzmarkt von einem Umsatz von 150 Millionen Euro aus.

Saison beginnt oft schon im Februar

Im Saisonverlauf bietet der Pfalzmarkt rund 240 verschiedene Frischeprodukte in über 15.000 Artikelvarianten an. Zum Zeitpunkt der Betriebsbesichtigung hatten Feldsalat, Speisekürbisse, Pastinaken, Rotkohl und Sellerie gerade Saison. Die großen Umsatzbringer über das Jahr gesehen sind jedoch Bundzwiebeln, Radieschen, Suppengrün, Lauch, Bundkarotten und Salate. Sie machen rund 80 Prozent der Gesamtmenge aus.

Im vergangenen Jahr wurden 230.000 Tonnen Erzeugnisse vermarktet, davon 95 Prozent Gemüse und 5 Prozent Obst. Zum Teil können schon ab Mitte Februar erste Produkte geliefert werden. Rhabarber ist eines der ersten Erzeugnisse im Jahr, gefolgt von Radieschen und Spargel.

Der Anteil der jeweiligen Gemüsekulturen an der Anbaufläche ist relativ konstant, berichtete Pfalzmarkt-Vorstand Hans-Jörg Friedrich. Zugenommen hat in den letzten Jahren der Anbau von Kürbissen, im Trend liege auch Schnittsalat und Gemüse in Miniformaten. Da heutzutage in den Haushalten weniger Zeit für die Zubereitung von Speisen verwendet wird, nimmt die Nachfrage beispielsweise nach Kopfsalat und Blumenkohl ab. Hinzu kommen saisonale und witterungsbedingte Schwankungen.

Dieter Wagner kann über die Versteigerungsuhr von früher genauso viel erzählen wie über die moderne Vermarktung von heute. *Fotos: Krick*

Der LEH gibt den Takt vor

Der Anbau ist ein „Minutengeschäft". Es gibt keine längerfristigen Verträge mit dem Handel, nach denen man sich ausrichten könnte, so Friedrich. Im Winter setzen sich die Vermarkter des Pfalzmarktes mit den Anbauern zusammen, um Trends zu identifizieren – welche Kulturen und welche Sorten „laufen", welche weniger? Konkreter wird es, wenn die Verkäufer des Pfalzmarktes mit dem Großhandel und dem Lebensmitteleinzelhandel das „Wochenprogramm" durchsprechen und die Mengen für die Folgewoche kalkulieren. Allerdings kann der Handel dann immer noch abspringen. Verbindliche Aufträge gibt es erst für den jeweils nächsten Tag. „Der Bauer erntet erst, wenn bestellt wurde," erläutert Friedrich.

Umsätze werden zwischenfinanziert

Die Anbauer liefern die Ware erntefrisch und bereits in den vom LEH gewünschten Gebinden beim Pfalzmarkt an. In der Regel lagert die Ware dort nur wenige Stunden, bevor sie zum Zielort transportiert wird. Der Pfalzmarkt bezahlt die Ware seiner Erzeuger innerhalb von drei Tagen. „Die Betriebe sind wegen der hohen Kosten, insbesondere der Lohnkosten, auf Liquidität angewiesen", so Friedrich. Der Handel lässt sich bei der Bezahlung dagegen länger Zeit, im Schnitt wird das Geld nach 45 bis 60 Tagen überwiesen. Der Pfalzmarkt muss entsprechend mit Krediten zwischenfinanzieren. Zahlungsausfälle gibt es kaum, „nur bei kleineren Händlern muss man genauer hinschauen," sagt der Vorstand.

Internationale Konkurrenz und hoher Preisdruck

Der Preisdruck ist enorm. Das liegt daran, dass sich der Handel bei vielen Vermarktungseinrichtungen im Inland, aber auch international bedienen kann und die Ware austauschbar ist. „Wir stehen im europäischen Wettbewerb", so Friedrich. „Wer nicht mitspielt, ist weg. Wenn die Spanier die Zucchini 3 Cent billiger anbieten, dann kauft der Handel eben in Spanien."

Um die Kunden auch außerhalb der Saison an sich zu binden, bietet der Pfalzmarkt neuerdings im Winter Gemüse aus dem Ausland an. Seinerseits exportiert der Pfalzmarkt etwa 15 Prozent der Menge, vor allem nach Skandinavien und nach England. Im Sommer, wenn es für den Gemüseanbau in Südeuropa zu heiß ist, auch nach Spanien und Frankreich.

Gruppenbild mit Vorstand Hans-Jörg Friedrich (Mitte). *Foto: Setzepfand*

Rückstands-Monitoring und Qualitätssicherung

Der Pfalzmarkt nutzt unter anderem die zertifizierten und anerkannten Qualitätsmanagementsysteme QS, Global GAP und IFS. Alle Produzenten sind laut Unternehmen im kontrolliert Integrierten Anbau und sind mit dem Qualitätszeichen Rheinland-Pfalz ausgezeichnet.

Außerdem betreibt der Pfalzmarkt ein sehr detailliertes Rückstands-Monitoring vor der Beerntung der jeweiligen Schläge beziehungsweise Kulturen. Hierbei werden die Proben von der Gesellschaft für Bodenberatung, Laboruntersuchungen und Qualitätsprüfung (Bolap) in Speyer auf 398 verschiedene Substanzen untersucht, auf Kundenwunsch werden auch Sonderparameter bestimmt.

Die Auswertung erfolgt binnen 48 Stunden auf Grundlage gesetzlicher Vorgaben, sodass noch vor der Ernte entschieden werden kann, ob das Produkt bedenkenlos auf den Markt gegeben werden kann. Durch die große Erfahrung der Anbauer und die intensive Beratung kommt eine Überschreitung der Rückstandshöchstwerte allerdings in weniger als ein Prozent der beprobten Ware vor, wie Friedrich betont.

Immer weniger Betriebe

Der Strukturwandel ist auch im Anbaugebiet sehr deutlich spürbar. 2006 belieferten laut Friedrich noch 600 Betriebe den Pfalzmarkt, heute sind es 200. In fünf bis sieben Jahren werden es nach seiner Schätzung nur noch 120 sein. Die Anbaufläche werde aber relativ stabil bleiben. Aufgrund dieser Entwicklung gibt es Betriebe mit tausend Hektar. Die größten 40 Betriebe machen laut Friedrich über 80 Prozent des Umsatzes aus.

Cornelius Mohr/Katharina Büsse

Foto: Remondis

REMONDIS®

Wieviel Energie steckt in einer Bananenschale?

Input, Output und deren Abläufe bei einem der weltweit größten Recycling-Unternehmen hautnah in Augenschein zu nehmen, das erwies sich als informativ für die Agrarjournalisten.

„Das brennt allen auf den Nägeln." Dieter Barth, Vorsitzender bei Rhein-Weser, brauchte gar nicht erst neugierig zu machen. 13 Mitglieder der Landesgruppe waren sehr gespannt darauf, was es in Lünen im Remondis-Lippewerk, einem der marktführenden Recycling-Unternehmen, als Themenbündel so alles zu erfahren gab. Entwicklung des Unternehmens, Entsorgung, Wiederverwertung, Ablagerung und – im ganz großen Kontext – Umweltschutz und Klimafolgen lauteten die Stichworte.

Dazu gab es sehr detaillierte Aussagen, die für die Besucher auch Überraschungen bereithielten. Zunächst durch Carina Hölscher, zuständig für die Presse, und anschließend Paul Raring, Betriebsleiter des Kompostwerks, entstand das facettenreiche Bild einer ganzen Branche. Diese steht nicht gerade im Blitzlicht-Gewitter der Öffentlichkeit, weil sie sich vielfach mit den nicht so attraktiven Hinterlassenschaften einer oft genug überbordenden Zivilisation beschäftigt. Aber am hohen Stellenwert des viele Wertstoffe bergenden und dazu umformbaren Abfalls besteht gleichwohl kein Zweifel.

Nachhaltigkeit beim Wort genommen

Angefangen hatte alles 1934 mit einem Pferdekarren, der die Asche von Hausbrand eingesammelt hat. Heute ist industrielles Recycling angesagt „mit Rückgewinnungsverfahren für immer mehr Rohstoffe, um möglichst viele Stoffkreisläufe zu schließen". An 800 Standorten auf vier Kontinenten ist Remondis heute aktiv. Das Lippewerk in Lünen präsentiert sich als ein 230 Hektar umfassendes Areal der Superlative: 1.400 Mitarbeiter beschäftigen sich mit jährlich 1,4 Millionen Tonnen Reststoffen. Davon verlassen das Werk 0,9 Millionen Tonnen als Recyclingstoffe und Produkte.

Hochaktuell sind die alljährliche Einsparung von 488.000 Tonnen CO_2 und die energetische Erzeugung von 337.000 MWh im Wirbelschichtkraftwerk als Strom, Dampf und Druckluft.

„Nachhaltigkeit", so erklärt Carina Hölscher, „wird bei uns beim Wort genommen." Simpel und einleuchtend sei die dahinterstehende Überlegung. Was durch Recycling in den Stoffkreislauf zurückgeführt werden kann, muss nicht die endlichen natürlichen Rohstoffe anzapfen. Sogar gefährliche Abfälle werden in eigens konzipierten Industrieservices angepackt. „Aus Alt mach Neu" lautet in dafür spezialisierten Neugründungen das Motto. Exemplarisch ist das Phosphorrecycling aus der Klärschlamm-Asche zu nennen. „Wir sind fast überall dabei, nur nicht beim Atommüll", grenzt die Pressesprecherin ein.

Recycling – 25 Fußballfelder groß

Voll dabei ist dagegen Paul Raring mit seiner Bioabfallbehandlung, inklusive Erdenwerk. „Aus Biogut wird sowohl Kompost als auch Energie gewonnen", lautet das Prinzip. Der Input des Baumschnitts kommt mit 85.000 Tonnen von den Kommunen.

Besonders die Bio-Energiedichte erweckt bei den Besuchern Verwunderung: Aus einer Bananenschale gewonnener Strom reicht aus, eine 25-Watt-Birne drei bis fünf Stunden leuchten zu lassen! Natürlich spielt das auf dem rund 25 Fußballfelder großen Remondis-Gelände integrierte Wirbelschichtkraftwerk in einer anderen Liga: Jährlich werden hier 180.000 Megawattstunden erzeugt, ausreichend für eine Stadt mit 60.000 Einwohnern!

Klar doch, dass „das Kompostwerk der neuesten Generation" bei den Agrarjournalisten auf größtes Interesse stieß. Herzstück der neuen Anlage ist, neben einer Tunnelrotte, ein Fermenter, mit dem sich Biogut in Kaskadennutzung zu Methangas verwandeln lässt. Die Kapazität der Anlage beträgt 125.000 Tonnen jährlich; stündlich werden 40 Tonnen Kompost aufbereitet.

Mangelnde Disziplin beim Sortieren

Einiges Kopfzerbrechen bereitet Paul Raring und seinen Mitarbeitern, „dass 30 Prozent der Aufbereitungskosten durch das Aussortieren von Störstoffen entstehen". Das sage einiges über die mangelnde Disziplin der den Müll sortierenden Bürger aus.

Ein Appell von Paul Raring: „Je sortenreiner Gartenabfall und anderes Bio- oder Grüngut an den Anfallstellen gesammelt wird, desto größer ist die Chance einer effizienten Verwertung." Über die Vorzüge des sortenreinen Komposts zu referieren, heißt eigentlich, Eulen nach Athen zu tragen. Immerhin wurde angemerkt und löste große Zustimmung aus: „Kompost verbessert die Bodenqualität für Landwirte, Gärtner und private Gartenbesitzer." Ein ganz wichtiger Parameter ist dabei, neben der Ertragsteigerung, dessen Wasserhaltevermögen.

Klaus Niehörster

Die Rhein-Weser-Landesgruppe auf dem Remondis-Werksgelände.

Agraringenieur Paul Raring erklärt die Qualitätsansprüche an Kompost. *Fotos: Gertz-Rotermund*

Der imposante Berliner Dom.

Fotos: Gagsch

„Kirchenvertreter sind nicht die besseren Politiker“

Die LG Berlin/Brandenburg besuchte den Berliner Dom und sprach mit dem künftigen Bischof Dr. Christian Stäblin.

Dass sich Agrarjournalisten mit Kirchenpolitik auseinandersetzen, noch dazu in einer weniger kirchlich orientierten Region, gehört zu den eher seltenen Aufgaben. Anderseits erzeugen Fragen wie die Erhaltung der Kirche im Dorf, die kirchlichen Aufgaben und Herausforderungen auf dem Lande sowie eine vielfach geforderte hörbare, in der Gesellschafts- und Medienpolitik Zeichen setzende Positionierung der Kirche (agrar-) journalistische Neugier.

AgE überschrieb seinen Bericht über diese Diskussion mit dem designierten Bischof treffend „Stäblein für ethische Impulse statt politische Besserwisserei“.

Er legte überzeugend dar, dass die Kirche zu konkreten politischen Themen öffentlich zurückhaltender auftreten sollte. „Aus dem Evangelium folgt nicht unmittelbar der dritte Spiegelstrich eines Klima- und Tierwohlgesetzes“, so der künftige Bischof. Eine Haltung, die in seiner Ernsthaftigkeit einen Widerspruch zu manch öffentlichen Stellungnahmen von Evangelischen Kirchentagen zu landwirtschaftlichen Themen darstellt.

Christian Stäblein erteilte auch der politischen Beliebigkeit der Kirche in Form einer „Wischi-Waschi-Kirche“ eine Absage. Vielmehr müsse sich die Kirche um ethische Impulse für einen Diskurs der Vernunft einsetzen.

Dies gelte auch für die aktuelle Diskussion, wie es mit der Landwirtschaft weitergehe. Auch wenn man einigen landwirtschaftlichen Handlungen keinen nachhaltigen Umgang mit der Schöpfung attestieren könne, dürfe die Kirche daraus keine politischen Schlussfolgerungen ziehen. „Kirchenvertreter sind nicht die besseren Politiker; der Bischof ist kein zweiter Regierungschef“, betonte Stäblein. Die Kirche wolle wachrütteln und Aufbruch einfordern, keine Apokalypse predigen.

Der neue Bischof Dr. Christian Stäblin hält nichts von einer „Wischi-Waschi-Kirche“.

Er mahnte in diesem Zusammenhang generell mehr Respekt untereinander in der agrarpolitischen Auseinandersetzung an. Es gehe um Achtung des anders Lebenden und Produzierenden. „Die ethische Debatten sind so zu führen, dass den anders Denkenden und Handelnden nicht das Christsein abgesprochen wird“. Dies werde er auch in seinen künftigen Gesprächen mit Vertretern aus Landwirtschaft und Umweltorganisationen einfordern.

In seiner Amtszeit als Bischof werde er sich für die Stärkung der ländlichen Regionen einsetzen, die „Rezepte liegen seit Jahrzehnten“ vor. Auch die Kirche werde finanziell ihre Aufgaben im ländlichen Raum forcieren, versprach der künftige Bischof. Am 16. November 2019 wurde der geborene Niedersachse Stäblein Nachfolger von Bischof Markus Dröge. Die EKBO hat 940.000 Mitglieder in knapp 1.250 Gemeinden.

Seit 2014 ist Stäblein in Berlin Propst. Der Vater von vier Kindern ist publizistisch engagiert u.a. als Autor von Kolumnen für die Zeitung „Politik und Kultur“, als Mitherausgeber der Göttinger Predigtmediationen und als Vorstandsmitgliedes des Evangelischen Presseverbandes.

Michael Lohse

Mit 7.269 Pfeifen und 113 Registern verfügt der Pianist der Orgel im Berliner Dom über eine unglaubliche Klangpalette, so dass sich alle nur denkbaren Klangschattierungen erzeugen lassen. Die Orgel stammt aus der berühmten Orgelwerkstatt Wilhelm Sauer und gilt als das größte und bedeutendste original erhaltene Instrument der deutschen Spätromantik, dessen Holz aus dem Spessart geholt wurde. Sie hat die Brandbombe im Mai 1944 unzerstört überstanden, die den evangelischen Dom jedoch schwer beschädigte und die Kirchenkuppel völlig zerstörte. Erst 1975 begann der originalgetreue Wiederaufbau des Doms, der sich bis 2002 hinzog. Der Berliner Dom beheimatet drei Kirchen (Predigt- oder Hauptkirche, Tauf- oder Traukirche, Denkmalkirche sowie die Gruft der Hohenzollern) und wurde auf Initiative von Kaiser Wilhelm II. von 1894 bis 1905 im Stil der italienischen Hochrenaissance am Platz eines kleinen barocken Doms des Baumeisters Schinkel gebaut. Bauliches Vorbild war der wesentlich größere Petersdom in Rom. Die Orgel hält jedoch jedem Vergleich stand. Sie zu hören ist ein Erlebnis der besonderen Art, das uns an dem Besuchstag kurz vor Erntedank leider nicht vergönnt war. Doch die einstündige Darstellung der spannenden Geschichte und der beispielhaften Architektur des Berliner Doms durch den ehrenamtlichen Domführer und Mitarbeiter des Tagesspiegel, André Gaedke, und das anschließende Gespräch mit dem künftigen Bischof Dr. Christian Stäblein hinterließen bei den Teilnehmern unserer VDAJ-Landesgruppe keinerlei Gefühl aufkommen, irgendetwas verpasst zu haben. Das Gegenteil war der Fall. Denn nur drei Wochen vor der Einführung in das höchste Kirchenamt der Evangelischen Kirche Berlin-Brandenburg-schlesische Oberlausitz (EKBO) zeugte das Gespräch mit dem designierten Bischof Stäblein von hoher kirchenpolitischer Aktualität und hatte exklusiven Informationsgehalt.

Foto: Gagsch

***Feierten gemeinsam Erntedank** – der Landfrauenverband und der Bundespräsident.*

Foto: Gagsch

Krone für den Bundespräsidenten

Die Erntekrone der deutschen Landwirtschaft wurde Mitte Oktober Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier im Brandenburger Havelland übergeben.

Bauernpräsident Joachim Rukwied überreichte die Erntekrone mit Petra Bentkämper, Präsidentin des Deutschen Landfrauenverbandes vor der traumhaften, historischen Kulisse von Schloss Ribbeck, weltberühmt durch Fontanes Gedicht und den berühmten Birnbaum.

Die Übergabe war verbunden mit einem ökumenischen Erntedankgottesdienst in der kleinen Kirche von Ribbeck mit Superintendent Thomas Tutzschke (Nauen-Rathenow), Pfarrer Hanspeter Milz von der katholischen Gemeinde Nauen und der Predigt von Generalsuperintendentin Heilgard Asmussen aus Sprengel Potsdam.

Zu Erntedank 2019 hatten Bauern- und Landfrauenverband zudem mit den beiden kirchlichen Organisationen für den ländlichen Raum, EDL und KLB, eine europapolitische Erklärung veröffentlicht.

„Die Tradition der Erntekrone zu Erntedank ist mir sehr gut bekannt, da ich auch vom Land komme. Sie steht für die Wertschätzung der Arbeit der Bauernfamilien. Die wenigsten Menschen wissen heute noch, welche Arbeit hinter der Erzeugung der Lebensmittel steckt. Erntedank bietet die Gelegenheit, darüber aufzuklären und unterstreicht auch die Verbindung zwischen Land und Stadt.

Ich freue mich, die Tradition der Übergabe der Erntekrone wieder aufzunehmen und fortzusetzen, nachdem sie einige Jahre unterbrochen war", erklärte Steinmeier.

Landwirtschaft und der Beitrag zum Klimaschutz

Er appellierte, sich beim Klimaschutz mehr anzustrengen. „Die Bauern haben wegen der Dürre in den vergangenen zwei Jahren große Sorgen um ihre Ernte gehabt. Die Trockenheit ist eine Folge des Klimawandels. Alle Politiker wie auch wir Verbraucher müssen uns darauf einrichten, unseren Beitrag für den Klimaschutz zu leisten, damit die Veränderungen des Weltklimas aufgehalten werden. Dazu ist Mut, aber auch Veränderungsbereitschaft jedes einzelnen notwendig."

Der Bundespräsident bedankte sich besonders bei den Havelländer Landfrauen, die die Erntekrone gebunden hatten. Die Erntekrone der deutschen Landwirtschaft wird im Empfang des Präsidialamtes aufgestellt.

Michael Lohse

Nah am Verbraucher sein

Wer auf den Hof von Monika und Michael Rönn nach Meckenheim-Ersdorf kommt, der merkt gleich, hier ist man ganz nah am Verbraucher. Öffentlichkeitsarbeit ist insbesondere der Betriebsleiterin wichtig. Die Rönns vermarkten viele ihrer Produkte selbst und setzen auf unterschiedliche Vermarktungswege. Viele interessante Ideen haben die engagierten Betriebsleiter umgesetzt. Die Bonner Landesgruppe konnte sich davon bei ihrem Besuch Mitte September überzeugen.

Das Kerngeschäft der Rönns ist Obst. Sie haben ihren Betrieb inzwischen komplett auf Bio umgestellt und bewirtschaften insgesamt 32 Hektar, davon entfallen allein 28 Hektar auf den Apfelanbau. „Im Moment sind es 18 Apfelsorten, dazu kommen noch Birnen sowie Rote Johannisbeeren und auch Kürbisse", erläuterte Monika Rönn. Möglichst viele ihrer Produkte selbst vermarkten, das wollen die Rönns. Traditionell setzen sie hierbei auf einen Hofladen. Da es aber viele Obstbetriebe in der Gegend gibt, die große Hofläden haben, ist der Laden bei Rönns relativ klein und nur samstags geöffnet. Dafür steht seit mehreren Jahren ein großer Verkaufsautomat an der Durchgangsstraße im Ort und erfreut sich reger Nachfrage.

Obst-Datings

Darüber hinaus sind die Rönns so genannte Marktschwärmer. Sie vermarkten ihre Produkte über die Plattform *www.marktschwaermer.de*. Per Internet bestellen hier die Verbraucher ihre Produkte und bezahlen sie auch direkt. „Die Kunden holen die Ware dann an verschiedenen Orten ab," erläutert Monika Rönn. Dabei bieten sie und ihr Mann ihre Produkte samstags bei der Schwärmerei auf ihrem Hof sowie im Laufe der Woche noch an acht anderen Plätzen rund um Bonn und Köln an.

Und das mit Erfolg. Immerhin 10 Prozent des Umsatzes entfallen inzwischen auf die Schwärmerei, verriet die Betriebsleiterin, die zusammen mit ihrem Mann seit Mitte letzten Jahres außerdem die erst Obst-SoLaWi im Rheinland gegründet hat. Hinter diesem Kürzel verbirgt sich der Begriff Solidarische Landwirtschaft, der eine gemeinschaftliche Form der Landwirtschaft bezeichnet. Die Rönns schließen dazu mit Verbrauchern für ein Jahr einen Vertrag ab, der eine verbindliche Abnahme von Produkten garantiert und einen festen, solidarischen Preis festlegt. Mitmachen auf dem Obsthof können die Mitglieder für rund 30 € pro Monat.

„Die SoLaWi bringt Leute auf den Hof und das muss man wollen", räumt Monika Rönn ein, die auch viele Jahre lang Apfelbaum-Patenschaften angeboten hat. Die Paten bekamen ihren eigenen Baum und begleiteten ihn durch das Jahr. Das Konzept habe funktioniert, aber sehr viel Unruhe in den Betrieb gebracht, daher habe man sich davon verabschiedet.

Während der Apfelsaison bieten die Rönns jetzt lieber Aktionen mit Äpfeln zum Selberpflücken an. Nach wie vor eine interessante Vermarktungsform des Betriebes ist auch das Lasern von Motiväpfeln. Auf Bestellung werden vom Obsthof Rönn Motiväpfel mit Firmenlogos oder Aufschriften versehen.

Kundenkontakt erwünscht

Mit ihren zusätzlichen Standbeinen wollen die Rönns das wirtschaftliche Risiko abfedern. Und es gibt ihnen die Chance, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und Landwirtschaft den Nichtlandwirten nahezubringen. Das ist die Hauptaufgabe von Monika Rönn. „Während mein Mann für die gesamte Produktion zuständig ist, bin ich mehr die Frau für die Menschen", meint die zweifache Mutter lächelnd. Die gelernte Hotelkauffrau, die zurzeit Agribusiness an der Hochschule Rhein-Wahl in Kleve studiert, bietet regelmäßig Führungen für Kindergärten und Schulen, aber auch für andere Gruppen an. Vieles haben Monika und Michael bereits an Projekten angestoßen und vielleicht auch die eine oder andere Idee noch im Hinterkopf. Im Moment steht das Betriebsleiterehepaar aber vor einer großen Herausforderung. In den beiden trockenen Jahren 2018 und 2019 haben sie heftige Ertrags- und Umsatzeinbußen erlitten. Aber sie haben schon Ideen, wie sie damit umgehen. In jedem Fall werden sie weitermachen.

Elisabeth Legge

***Im Apfelparadies:** Die Bonner Landesgruppe war zu Besuch auf dem Obsthof Rönn in Meckenheim-Ersdorf.* *Foto: Hörster*

Auch bei Gegenwind den Mund aufmachen!

Wie kann Kommunikation auch unter schwierigen Bedingungen gelingen?

In „Omas Küche“ gab es keinen Gegenwind für Martin May, dafür war der Gastraum im Bierhaus Machold in Bonn zu voll. Auf Einladung des VDL-Landesverbands Nordrhein-Westfalen und der VDAJ-Landesgruppe Bonn trafen sich mehr als 40 MitgliederInnen zur letzten „Grünen Runde“ 2019.

Der Leiter Kommunikation des Industrieverbands Agrar e.V. (IVA) eröffnete den Abend mit etwas Theorie, die die Agrarjournalisten unter den Zuhörern sicherlich schon kannten. Er stellte das 4-Seiten-Modell von Friedemann Schulz von Thun kurz vor und machte so deutlich, wie wichtig die psychologische Komponente in der Kommunikation ist.

Gerade die Themen, die ihn und seinen Verband umtreiben (Glyphosat-Ausstieg, Düngeverordnung und Insektenschutz), seien auf dem aktuellen Level nicht mehr nur mit einem rationalen Zugang zu erklären. „Die Menschen müssen mit ihren Ängsten abgeholt werden“, betonte May. Dazu erklärte er, was unter kognitiver Dissonanz zu verstehen ist.

Die „Grüne Runde" hat sich in Bonn längst etabliert. Experten diskutieren mit den Teilnehmern kritische Themen.

Pflanzenschutz und die öffentliche Wahrnehmung

Zusammengefasst dies: Wenn das eigene Bild von der Welt mit neuen, der eigenen Anschauung widersprechenden Informationen gestört wird, erzeugt das eine Spannung, die aufgelöst werden will. Der Spannungsabbau kann durch Verdrängen und Leugnen, Relativieren durch Infragestellen oder auch eine noch stärkere Verfestigung der eigenen Position durch Umdeuten des Erfahrenen erreicht werden.

Von der Theorie ging er schnell auf die Praxis über, wobei Glyphosat die nächsten Minuten bestimmte. Der IVA führt jährlich eine repräsentative Befragung durch, um die Einstellung der Bevölkerung zu Pflanzenschutzmitteln und Düngern zu erfahren. In der Summe war die Einstellung über die Jahre hinweg positiv, was der Stimmungslage der Deutschen aber nicht immer entsprach. Deshalb wurde 2017 bei der Befragung von gestützten Antworten auf ungestützte Antworten umgestellt, und das Ergebnis der Befragung und die Stimmung, die sich auch in den Nachrichten widerspiegelt, glichen sich stärker an. Und das, obwohl Glyphosat erst im Dezember 2017 in der Befragung stark in Erscheinung trat, wenn auch nicht in dem Ausmaß, wie May es erwartet hatte.

Belehrung ist der falsche Weg

Die Befragung sei ein wichtiges Instrument seiner Arbeit, verdeutlichte Martin May, aber ebenso wichtig seien auch Projekte wie „Schau ins Feld“, das über die IVA-Initiative „Die Pflanzenschützer“ ins Leben gerufen wurde. Dabei wird gezielt ein Stück eines Felds nicht gegen Unkräuter behandelt, damit Menschen unmittelbar sehen können, wozu Pflanzenschutzmittel gut sind. Das ist das erklärte Kommunikationsziel des IVA. Dabei sei es besonders wichtig zu respektieren, dass „wir Menschen es nicht mögen, belehrt zu werden“, hob May hervor.

Nach seinem Vortrag gab es viele Fragen der Zuhörer, die Martin May gerne beantwortete. Der „raue Ton“ galt nicht den Fragestellern, sondern war einer gerade überstandenen Erkältung geschuldet. Seine Arbeitsweise und die Abläufe im Verband wurden erfragt, aber auch die Bedeutung der sozialen Medien interessierte die Gäste. Durchaus kritisch wurde von anwesenden Landwirten gefordert, dass sich der IVA und seine Mitgliedsunternehmen mehr in die Diskussion um Glyphosat einbringen solle.

May erläuterte, dass das nicht möglich sei, weil Glyphosat ein Wirkstoff in bestimmten Produkten sei und der IVA nicht produktspezifisch argumentiere. Der Verband stehe für regulatorisches Wissen und die Beziehung zur Verwaltung und Politik bereit.

Gefragt nach einem Wunsch, sagte der IVA-Kommunikationschef, er wünsche sich, dass weniger hysterisch diskutiert werden. „Die am besten lernenden Menschen sind die, die tolerant sind“, sagte er zum Abschluss der Diskussion.

Stefan Stegemann

Die vier Seiten einer Nachricht

Das übergeordnete Ziel beim 4-Seiten-Modell besteht darin, zu beobachten, zu beschreiben und zu modellieren, wie zwei Menschen sich durch ihre Kommunikation zueinander in Beziehung setzen.

Dabei wendet Schulz von Thun sich den Äußerungen (den „Nachrichten“) zu. Diese können aus vier unterschiedlichen Richtungen angesehen und unter vier unterschiedlichen Annahmen gedeutet werden – dies sind die vier Aspekte oder Ebenen, die Schulz von Thun als „Seiten einer Nachricht“ bezeichnet:

Sachaspekt

die beschriebene Sache („Sachinhalt“, „Worüber ich informiere“)

Selbstaussage

dasjenige, was anhand der Nachricht über den Sprecher deutlich wird („Selbstoffenbarung“, „Was ich von mir selbst kundgebe“)

Beziehungsaspekt

was an der Art der Nachricht über die Beziehung offenbart wird („Beziehung“, „Was ich von dir halte oder wie wir zueinander stehen“)

Appell

dasjenige, zu dem der Empfänger veranlasst werden soll („Appell“, „Wozu ich dich veranlassen möchte“)

Quelle: Wikipedia

Kompetenter Partner für die Landwirte

Geballte Agravis-Kraft in Walsrode (v. r.) Holger Popillas (Agravis Technik Weser-Aller-Geschäftsführer), Dennis Stahlhut (Verkauf), Sebastian Henrichmann (Agravis NetFarming-Leiter), Tobias Windheim (Agravis Lenksysteme) und Bernd Homann (Agravis Unternehmenskommunikation). *Foto: Leymann*

Kürzlich trafen sich Mitglieder des Verbandes der Agrarjournalisten Landesgruppe Niedersachsen/ Sachsen-Anhalt in Walsrode. Informiert wurde über die Situation der Agravis und die Digitalisierung.

Mit 26 GmbHs und 127 Standorten sind die Agravis Technik Gruppe und weitere Tochtergesellschaften in Niedersachsen, Sachsen-Anhalt, Nordrhein-Westfalen, Nordhessen, Brandenburg, Teilen Sachsens und Rheinland-Pfalz vor Ort. Die Agravis Technik Weser-Aller GmbH ist in der Region zwischen Hannover und Cuxhaven, beziehungsweise zwischen Walsrode und Diepholz, Partner der Landwirtschaft.

Mit fünf Niederlassungen und circa 145 Mitarbeitern betreut man die landwirtschaftlichen Betriebe und Lohnunternehmen sowie die Gartenbau- und forstwirtschaftlichen Unternehmen in der Region. Agravis Technik Weser-Aller-Geschäftsführer Holger Popillas erklärte, dass das Unternehmen auf drei Haupttechnik-Marken setze: AGCO (mit Fendt, MF), Amazone und Krone. Popillas: „Mehrere Partnerbetriebe unterstützen uns und übernehmen in einigen Regionen den Service. Unsere Niederlassungen liegen jeweils circa 50 km voneinander entfernt, sodass unsere Kunden möglichst kurze Wege zu uns haben. Im Bereich der Traktoren haben wir mit unseren Fabrikaten einen Marktanteil gesichert, der jährlich bei knapp 30 Prozent liegt."

Digital mit dem Landwirt

Den digitalen Bereich der Agravis stellte Sebastian Henrichmann vor. Er leitet den Bereich „Netfarming." Die Agravis NetFarming GmbH mit Sitz in Hannover ist 100 %-ige Tochter der Agravis Raiffeisen AG.

In Zeiten von Big Data haben sich innerhalb des Konzerns die Bereiche Technik und Pflanzenbau in einer Projektgruppe zusammengeschlossen, um für die Landwirtschaft 4.0 eigene Ideen zu verwirklichen, so sei die NetFarming GmbH entstanden, erklärte Henrichmann.

„Durch die Verknüpfung von technischer Innovation mit pflanzenbaulichen Konzepten werden neue Produkte und Dienstleistungen im Sektor Smart Farming entwickelt", betonte er. Das Wissen auf technischer, pflanzenbaulicher und agronomischer Ebene beruhe auf der übergreifenden Zusammenarbeit innerhalb der Agravis und könne so optimal genutzt und kombiniert werden.

Im Fokus der neuen Produkte und Serviceleistungen stehe vorwiegend der praktische und wirtschaftliche Nutzen für den landwirtschaftlichen Betrieb. Sämtliche betriebsspezifische Daten würden innerhalb neuer Web-Tools miteinander verknüpft und ermöglichen gezielte Ertragssteigerungen sowie eine Optimierung der eingesetzten Ressourcen wie die Arbeitszeit und Betriebsmittel (z.B. Dünger oder Saatgut).

„Durch die Bündelung von umfangreichem Fachwissen und praktischen Erfahrungen in allen Bereichsebenen ist die Agravis NetFarming GmbH auf ihrem Gebiet einzigartig und bietet handfeste Vorteile", so der Experte. Er sei überzeugt, dass der Markt für intelligent gesteuerte Landtechnik weiter stark zunehmen werde. Ziel müsse die sinnvolle Vernetzung aller relevanten Bereiche der Landwirtschaft sein.

Weiterhin stellte Henrichmann die Agravis Future Farm vor: „Eine App für den Pflanzenbau, ein Portal für das Betriebsmanagement und auf dem Schlepper das Terminal für die Maisaussaat, auf der Farm werden die gängigen Smart-Farming-Techniken der Agravis getestet."

Der digitale Betrieb

Ob in den Ställen oder auf den Feldern – Digitalisierung sei in der Landwirtschaft schon längst gängige Praxis. In Suderburg/Landkreis Uelzen werde gemeinsam mit Landwirt Dr. Lutz Beplate-Haarstrich an der Entwicklung praxisnaher Konzepte, die dem Landwirt die Verknüpfung der vielen digitalen Möglichkeiten erleichtern bzw. abnehmen, gearbeitet.

Aber wie kann das Zusammenspiel der vielen digitalen „Helfer" auf dem Feld und im Stall optimal gelingen? Welche Hürden und Herausforderungen gibt es beim Zusammenführen der verschiedenen Systeme?

Die VDAJ-Vorsitzende der Landesgruppe Niedersachsen/Sachsen-Anhalt, Angelika Sontheimer, bedankt sich bei Sebastian Henrichmann (l.) und Holger Popillas für die Gastfreundschaft. *Foto: Leymann*

Wo muss angepackt werden, was ist hilfreich und zielführend für die tägliche Arbeit und den wirtschaftlichen Erfolg, was nicht? Auf diese Fragen suchen die Projektbeteiligten der Future Farm praktische Antworten – mit Hilfe des Landwirtes, der die digitalen Angebote von der Aussaat bis zur Ernte der verschiedenen Kulturen durchtestet.
Henrichmann abschließend: „Die neuen technischen Verfahren müssen den Landwirt entlasten und einen klaren Nutzen aufweisen."

Cord Leymann

Agravis arbeitet gemeinsam mit Landwirten an der Entwicklung praxistauglicher digitaler Konzepte. *Foto: Agravis*

Dieter Dänzer verlässt den dlv

Der Herausgeber des Magazins „Agrartechnik“, **Dieter Dänzer**, verlässt den Deutschen Landwirtschaftsverlag (dlv) und wird seine Aufgaben an das Team des Verlagsbereichs Landtechnik unter der Verantwortung von Stefan Doseth abgeben. Neben seiner Funktion als Herausgeber betreute Dänzer für den Verlag zuletzt als Projektleiter die Landtechnischen Unternehmertage sowie die Messe Parts & Service-World. Zuvor war er 20 Jahre Chefredakteur der „Agrartechnik“.

Karsten Maier jetzt in Brüssel

Seit Juni 2019 ist **Dr. Karsten Maier** der neue Generalsekretär des europäischen Verbandes der Vieh- und Fleischhandelswirtschaft (UECBV) in Brüssel. Als deutsche Organisationen sind der Bundesverband Vieh und Fleisch (BVVF), der Deutsche Vieh- und Fleischhandelsbund (DVFB) sowie der Verband der Fleischwirtschaft (VDF) in der UECBV organisiert. Maier war vor seinem Wechsel nach Brüssel lange Jahre in der deutschen Zuckerwirtschaft und anderen Agrarverbänden federführend tätig. Karsten Maier ist langjähriges Mitglied im VDAJ.

Dr. Christiane Gothe bei der BLE

Seit Mai 2019 ist Christiane Gothe bei der der online-Redaktion des Bundesinformationszentrums Landwirtschaft (BZL) tätig. Ihre Aufgabe ist es, im Rahmen der Nutztierstrategie des Bundes eine digitale Wissensplattform für eine zukunftsfähige Nutztierhaltung aufzubauen mit dem Ziel, Wissen und Informationen aus Wissenschaft, Praxis und Politik zu diesem Thema zu bündeln und Praktikern (Beratern, Ausbildern) leicht zugänglich zu machen.

Jan Grossarth leitet BMEL-Kommunikation

Der Journalist und langjährige Agrarexperte der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, Dr. Jan Grossarth, hat am 1. November 2019 die Leitung des Medien- und Kommunikationsstabs im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft übernommen. Im Kommunikationsstab des Bundesministeriums sind die Bereiche Presse, Internet, Soziale Medien und Öffentlichkeitsarbeit zusammengeführt. Grossarth wird die Leitung des Stabes gemeinsam mit Andrea Zückert wahrnehmen.

Tausend Zeilen Lüge

Das System Relotius und der deutsche Journalismus

Es war der größte Fälschungsskandal seit Jahrzehnten: Ein Reporter des „Spiegel“ hatte Reportagen und Interviews aus dem In- und Ausland geliefert, bewegend und oftmals mit dem Anstrich des Besonderen.

Sie alle wurden vom „Spiegel“ und seiner legendären Dokumentation geprüft und abgenommen, sie wurden gedruckt, und der Autor Claas Relotius wurde mit Preisen geradezu überhäuft. Aber: Sie waren – ganz oder zum Teil – frei erfunden.

Juan Moreno hat, eher unfreiwillig und gegen heftigen Widerstand im „Spiegel“, die Fälschungen aufgedeckt. Hier erzählt er die ganze Geschichte vom Aufstieg und Fall des jungen Starjournalisten, dessen Reportagen so perfekt waren, so stimmig, so schön.

Claas Relotius schrieb immer genau das, was seine Redaktionen haben wollten. Aber dennoch ist zu fragen, wieso diese Fälschungen jahrelang unentdeckt bleiben konnten. Juan Moreno schreibt mehr als die unglaubliche Geschichte einer beispiellosen Täuschung, er fragt, was diese über den Journalismus aussagt.

www.rowohlt.de

Wegen des aktuell aufgelegten VDAJ-Taschenbuches entfallen an dieser Stelle die Neuaufnahmen und Änderungen.

Impulse für den Fortschritt

DLG e.V.
Eschborner Landstraße 122
60489 Frankfurt/M.
www.dlg.org

Rainer Winter
Pressereferent Landwirtschaft und Ausstellungen, Online-Kommunikation
Tel. 069/24788-212
r.winter@dlg.org

Dr. Frank Volz
Pressereferent Technik und Betriebsmittel
Tel. 069/24788-224
f.volz@dlg.org

Unser aller Wissen.
Die Moderne Landwirtschaft.

Pressesprecher:
Gordan Otto Möbus
Fanny-Zobel-Straße 7, 12435 Berlin
Telefon: +49 (0) 30 814 5555 - 60
Mobil: +49 (0) 30 1523 184 8690
Telefax: +49 (0) 30 814 5555 - 13
g.moebus@moderne-landwirtschaft.de
www.forum-moderne-landwirtschaft.de

IMPRESSUM VDAJintern

HERAUSGEBER
Verband Deutscher Agrarjournalisten e.V.
VDAJ – Kommunikation Agrar

REDAKTION
Friederike Krick, Koblenz
intern@vdaj.de

MITARBEIT
Dr. Dieter Barth, Münster

V.i.S.d.P.
Prof. Dr. Katharina Seuser, Bonn
kseuser@aol.com

BUNDESGESCHÄFTSSTELLE
Geschäftsführer: Bernd Weber
Taunusstraße 151, 61381 Friedrichsdorf
Fon 06172/7106-188, Fax 06172/7106-10

LAYOUT
Wolfgang Winnen, Leverkusen

DRUCK
print 24 GmbH, Radebeul

Ausgabe Dezember 2019

„VDAJintern“ erscheint viermal im Jahr und ist urheberrechtlich geschützt. Eine Verwertung mit Einverständnis der Redaktion ist zulässig. Beiträge (Manuskripte und Fotos) werden gern entgegengenommen, die Redaktion behält sich jedoch das Recht auf sinnwahrende Kürzungen vor. Es wird keine Haftung für unverlangt eingesandte Beiträge übernommen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung ihrer Verfasser wieder. Der Inhalt von „VDAJintern“ wird mit größter journalistischer Sorgfalt erstellt, es wird jedoch keine Gewähr übernommen.

Der Herausgeber dankt der Landwirtschaftlichen Rentenbank, Frankfurt/Main, für ihre Unterstützung rentenbank

BfT Bundesverband für Tiergesundheit e.V.

PARTNER ZUM SCHUTZ DER TIERGESUNDHEIT

Der **Bundesverband für Tiergesundheit e.V.** (BfT) vertritt die führenden Hersteller von Tierarzneimitteln und Futterzusatzstoffen in Deutschland.

Die Mitgliedsunternehmen repräsentieren mehr als 95 % des deutschen Tiergesundheitsmarktes.

PRESSEKONTAKT
Dr. Sabine Schüller
Schwertberger Straße 14
53177 Bonn
Telefon 0228/318296
Fax 0228/318298
bft@bft-online.de

@BfTGermany
www.bft-online.de

Industrieverband Agrar

Der Industrieverband Agrar e. V. (IVA) vertritt die Interessen der agrochemischen Industrie in Deutschland. Zu den Geschäftsfeldern der 54 Mitgliedsunternehmen gehören Pflanzenschutz, Pflanzenernährung, Biostimulanzien und Schädlingsbekämpfung. Die vom IVA vertretene Branche steht für innovative Produkte für eine moderne und nachhaltige Landwirtschaft.

Mainzer Landstraße 55
60329 Frankfurt am Main
www.iva.de

Martin May, Pressesprecher
Telefon +49 69 2556-1249
Mobil +49 151 54417692
E-Mail may.iva@vci.de

Maik Baumbach, Pressestelle
Telefon +49 69 2556-1268
Mobil +49 151 54417691
E-Mail baumbach.iva@vci.de

GRÜNE WOCHE

GRÜNEWOCHE.DE

INTERNATIONALE GRÜNE WOCHE

17. – 26. JANUAR 2020

Kroatien Partnerland

Messe Berlin