

Meinungsmache statt Bildungsauftrag?

Betrachtet man die deutsche Medienlandschaft, möchte man fast meinen, nichts interessiert Presse und TV mehr als das Thema Landwirtschaft. Man könnte sich freuen über so viel Aufmerksamkeit – wenn nicht in den meisten Fällen Informationen durch Ideologien ersetzt würden. Wie also diskutiert man mit Journalisten, die jedes fachliche Argument für Lobbyarbeit halten?

Vielleicht hat Rangar Yogeshwar das Fass zum Überlaufen gebracht. Und vielleicht muss die deutsche Agrarwirtschaft ihm dafür sogar dankbar sein. Denn nach der Sendung „Quarks & Co. – Die Kuh, das unbekannte Wesen“, die der Physiker und Wissenschaftsjournalist Mitte Februar für den WDR moderierte, ging nicht nur ein emotional aufgeheizter *shitstorm* aus wütenden Protesten und bissigen Kommentaren auf den Sender und sein Aushängeschild Yogeshwar nieder. Deutlicher, sachlicher und engagierter als jemals zuvor äußerten sich viele Landwirte und Agrarwissenschaftler in den sozialen Medien zum Thema, diskutierten die kruden Aussagen der Sendung und widerlegten sie mit fachlich fundierten Argumenten.

Dem WDR hat das nicht gefallen, das bekam mancher der Diskussionsteilnehmer zu spüren. Unbequeme, aber keinesfalls ungehörige Beiträge und Personen fanden sich auf der facebook-Seite der Sendung – zumindest zeitweise – auf der Sperrliste wieder. Und der Moderator der Webseite kommentierte die nicht abreißende Flut der Gegenargumente hämisch: „Wir haben natürlich bemerkt, dass hier ein paar Bauern, Freunde von Bauern, Freunde von Freunden von Bauern und Bauernfunktionäre einen kleinen ‚Gülle‘-Storm veranstalten [...] Offenbar haben wir einen wunden Punkt getroffen. [...] wobei sich bei uns ein ganz klein wenig der Verdacht einschleicht, dass sich der eine oder

Kurz & knapp

- Medien machen Meinung, aber macht die Meinung der Medien?
- Presse und TV spiegeln viel zu oft nur das Weltbild der Redaktionen wider, Tiefenrecherche wird immer seltener.
- Journalisten suchen „passgenaue“ Quellen, Fachinformationen kann und muss man ihnen „hinterhertragen“.

die andere entdeckt fühlt.“ Oder anders ausgedrückt: Wer sich gegen falsche Unterstellungen und üble Nachrede wehrt, wird schon Dreck am Stecken haben. Am Ende folgte die Aufforderung, doch bitte jedes Gegenargument mit entsprechenden Quellen zu belegen, der simple Vorwurf der „schlechten Arbeit“ seitens des WDR sei inakzeptabel und beleidigend.

Die „richtigen“ Quellen

Ungewollt karikierte die Quarks-Redaktion damit die eigene Vorgehensweise – und die vieler ihrer Kollegen in öffentlich-rechtlichen wie in privaten Medien. Pauschalvorwürfe ersetzen belastbare Fakten. Tatsächlich geht die Tendenz der „Berichterstattung“ über Agrarthemen (und wahrscheinlich auch über viele andere Bereiche) in Richtung einer gelenkten Recherche, die einzig und allein dazu dient, die vorgefasste Mei-

nung des jeweiligen Autors zu untermauern. Im Falle der „Quarks & Co.“-Kuhsendung hieß das unter anderem: Datensuche bei der PeTA-nahen „Albert-Schweitzer-Stiftung“ und beim BUND. Das Angebot der LWK Nordrhein-Westfalen, bei geplanten Sendungen zum Thema Milcherzeugung und Milchviehhaltung beratend zur Seite zu stehen, wurde dagegen ignoriert. Eine Landwirtschaftskammer schien der Redaktion wohl zu nah am Fachbereich (oder im redaktionellen Sprachgebrauch: an der „Lobby“) für eine objektive Meinung. Tierschutzverbänden hingegen traute man einen unverstellten Blick zu.

Eine facebook-Diskussionsteilnehmerin empfahl daraufhin sarkastisch, für den für Anfang April geplanten Beitrag über Vegetarismus die Fleischerinnung um fachliche Unterstützung zu bitten. Auch die habe schließlich den nötigen Abstand zum Thema, um als „objektive“ Quelle zu dienen.

Die agrarmanager-Redaktion hatte nach der Sendung beim WDR schriftlich um ein Interview mit einem verantwortlichen Redakteur gebeten. Wir wollten einige Quellen hinterfragen und Missverständnisse beilegen, ohne die Stimmung weiter anzuheizen, ließen wir den Kölner Sender wissen. Antwort: Man begrüße unser Interesse, fühle sich aber außerstande, sich weiter in die Thematik zu vertiefen. Stattdessen sollten wir doch mit den Verantwortlichen für die kritisierten Zustände – den Bauern und ihren Berufsverbänden – reden: „Als Journalisten haben wir keine Mission, die Landwirtschaft zu kritisieren, und sind deshalb bei der sicher nötigen Diskussion nicht die passenden Protagonisten.“ ... Aha.

So absurd und beinahe amüsant (zumindest für Nichtbetroffene) das alles klingen mag: Es zeigt einen Trend in der deutschen Medienlandschaft, der mehr als besorgniserregend ist. Statt (vor allem verbraucherrelevante) Themen ergebnisoffen zu hinterfragen, werden gezielt Vorurteile bedient. Das ist bequem und erzeugt narrensicher die im Vorfeld ange-

steuerten Schlagzeilen. Und so etwas verkauft sich besser als sachliche, vielseitig beleuchtete Beiträge. Wer eine mundgerecht verpackte Meinung feilbietet, findet viel leichter Gehör als jemand, der zum Selberbeurteilen auffordert. Letzteres kostet schließlich Mühe und streut Selbstzweifel. Und das ist nicht nur für Fernsehzuschauer und Zeitungsleser unbequem, sondern auch für Medienschaffende (was allerdings für öffentlich-rechtliche Sender, deren staatliche Finanzierung auch unter dem Vorbehalt eines Bildungsauftrages steht, als Entschuldigung entschieden zu billig ist).

Wer macht Meinungen?

Wieso aber präferiert offenbar die Mehrheit der deutschen Massenmedien eine vegane Lebensweise, technikfreie Landwirtschaftsstrukturen wie aus dem letzten Jahrhundert und ein Bild vom Landleben wie aus dem Groschenroman? Und entspricht dieses Kräfteverhältnis tatsächlich der Bevölkerungsmeinung?

Zunächst einmal dürfte diese scheinbar überwältigende Mehrheit nur der öffentlichen Wahrnehmung entsprechen. Letztere rührt daher, dass in den meisten Redaktionen heutzutage wirkliche Agrarexperten mit einem fachlichen Hintergrund fehlen. Landwirtschaftsthemen werden (mit viel Glück) den Ressorts Wirtschaft oder Wissenschaft zugeordnet. In den meisten Fällen landen sie je-

doch unter Natur und Lifestyle. Über Themenauswahl, -gewichtung und -grundtenor entscheiden damit Redakteure, deren Hintergrund nicht selten ein Sozial- oder Kulturwissenschaftsstudium ist. Dennoch muss sie das nicht für eine aufgeschlossene und ausgewogene Berichterstattung disqualifizieren. Einzelne Positivbeispiele belegen das:

Spiegel online beispielsweise hatte 2012 die Miniserie „Guter Bauer – böser Bauer“ im Programm, in der ökologische und konventionelle Milcherzeugerbetriebe gegenübergestellt wurden. Die Autoren Maria Marquart (Studium der Kommunikations- und Politikwissenschaften) und Christian Teevs (Sozialwissenschaften) arbeiteten sich vergleichsweise sachlich und gründlich an den gängigen Vorurteilen ab. Fazit: Ökologischer Landbau ist nicht nur was für grüne Spinner und konventionelle Bauern sind keine Tierquälerei.

Und geradezu legendär sind inzwischen die Artikel zu Landwirtschaftsthemen von Jan Grossarth, Stadtkind, studierter Volkswirt und aktuell Wirtschaftsredakteur der Frankfurter Allgemeinen. Der junge FAZ-Agrarexperte setzt sich mit Sachverstand und spitzer Feder regelmäßig auch mit unbequemen Themen und festgefahrenen Meinungen auseinander – und verzeichnet eine eifrige Leserschaft nicht nur aus Landwirtschaftskreisen.

Beide Beispiele zeigen: Auch journalistische „Quereinsteiger“ können objektiv und →

FOTO: IMAGO



Starke Halme. Starker Service.

Moddus bietet jetzt noch mehr.

NEU

Moddus
Bodenwasser Modell

Das Online-Prognosetool für

- optimierten Moddus-Einsatz
- noch besseren Lagerschutz
- höhere Ertragssicherheit

Unser Gratis-Service für Sie – gleich anmelden unter www.meinsyngenta.de

FÜR JEDES PRODUKT MIT DIESEM AUFLEBER ERHALTEN SIE WERTVOLLE PRÄMIENPUNKTE
www.bonusland.de

www.syngenta.de
BeratungsCenter
0800/32 40 275 (gebührenfrei)
Beratungscenter.info@syngenta.com

NEU. LANDTECHNIK, DIE SPASS MACHT!
traction ist das emotionale Landtechnikmagazin mit Fachkompetenz.

Mit starkem Praxisbezug, fundierten Technikberichten und unabhängigen Tests. Bilder im Großformat.

STARTEN SIE AUF DER POLE-POSITION



Gehören Sie zu den ersten Lesern von traction und bestellen Sie das Kennenlern-Angebot zum tiefer gelegten Preis.

2 Ausgaben für nur 6,60 €!



www.traction-magazin.de/abo

KENNELN-ABO

JA! Ich möchte *traction* im Kennenlern-Angebot, 2 Ausgaben für nur 6,60 €, testen. Falls mich *traction* überzeugt, brauche ich nichts tun. Ich erhalte dann 6 Ausgaben jährlich für nur 29,40 € (D, A). Ansonsten genügt bis spätestens 1 Woche nach Erhalt des 2. Heftes eine kurze Mitteilung an den Verlag. Da ich das Abo jederzeit kündigen kann, lese ich ohne Risiko.

Die Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH verarbeitet meine Daten in maschinenlesbarer Form. Die Daten werden vom Verlag genutzt, um mich mit den bestellten Produkten zu versorgen.

Name, Vorname Telefon

Straße, Nr. PLZ, Ort

E-Mail
 Ja, ich möchte den kostenlosen traction-Newsletter erhalten. Abbestellung jederzeit möglich unter: leserservice.traction@dlv.de
 Ich bin damit einverstanden, dass mich die Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH schriftlich, telefonisch oder per E-Mail über ihre Produkte und Dienstleistungen informiert und zu diesem Zwecke meine personenbezogenen Daten nutzt und verarbeitet. Ich kann diese Zustimmung jederzeit gegenüber der Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH, Lothstr. 29, 80797 München per E-Mail unter kundenservice@dlv.de oder per Fax unter +49(0)89-12705-586 widerrufen.

→ Das Bild der Landwirtschaft in den Medien

fachlich fundiert zu Agrartheemen berichten. Und auch seriös aufgemachte Agrartheemen haben in den sogenannten Massenmedien (Spiegel und FAZ gehören zu den auflagenstärksten deutschen Blättern) ein breites Publikum. Es ist also gar nicht nötig, mit reißerischen Parolen um Aufmerksamkeit zu buhlen.

Die Dominanz der Veganer

Trotzdem dominieren in den Medien beim Disput um Landwirtschaftsfragen die Parolenschmetterer und Zeigefingerheber. Warum bekommen diese Meinungsmacher derartige Freiräume, warum pochen Chefredakteure und Senderintendanten nicht auf mehr Ausgewogenheit? Eine Antwort darauf könnte eine Studie der Friedrich-Schiller-Universität Jena liefern (nachzulesen unter www.vegetarierstudie.uni-jena.de), die die Internet-Plattform www.agrarblogger.de vor einigen Wochen zu einer bemerkenswerten Statistik zusammenfasste. Geht man nämlich davon aus, dass die Fundamentalisten unter den Landwirtschaftskritikern vor allem in Vegetarier- und viel mehr noch in Veganerkreisen anzutreffen sind (worauf der Inhalt vieler Berichte unschwer schließen lässt), entdeckt man durchaus soziale und demographische Hintergründe für die Meinungshoheiten in den Redaktionen. Letztere sitzen schließlich überwiegend in Großstädten, in denen laut Studie auch knapp die Hälfte aller Vegetarier hierzulande anzutreffen ist (2007: 47,2 %; Veganer sind nicht explizit ausgewiesen, deren Rate im städtischen Umfeld dürfte aber noch ungleich höher liegen).

Die Ursache für den Großstadt-Vegetarismus liegt wohl vor allem in der urbanen Entfremdung von der Nahrungsmittelproduktion. Tiere aus wirtschaftlichen statt aus rein sozialen Gründen zu halten ist für viele heute kaum noch vorstellbar und deshalb suspekt (immerhin geben über 60 % der befragten Vegetarier „moralische Gründe“ für ihre Ernährungsweise an). Tierliebe drifftet immer weiter in Richtung Vermenschlichung ab. Zudem suchen viele Stadtbewohner einen Ausgleich für die Kluft zwischen ihren Ansprüchen an ein „naturnahes“ Leben und der technisierten Realität einer modernen Metropole. Beides zusammen – mangelndes Wissen um die Grundnahrungsmittelerzeugung und ein idealisiertes Naturbild – ergibt eine fatale Kombination. Und die bestimmt auch das Weltbild der Medienvertreter.

Kompetenz muss man lernen

Das Ergebnis sind scheinbar wissenschaftlich fundierte Berichte wie die eingangs erwähnte „Quarks & Co.“-Sendung oder hochemotionale Manifeste wie die der Publizistin Hilal Sezgin (studierte Philosophin, Schwerpunkt Moralphilosophie). Die „Tierethikerin“ erwarb (der Bankenstadt Frankfurt müde) vor wenigen Jahren einen kleinen Hof in der Lüneburger Heide, hält dort Ziegen und Schafe als Rasenmäher und Kuscheltiere bis zu deren natürlichem Ende und folgert daraus ihre fachliche Kompetenz als Agrarkennerin und -kritikerin. Und das mit ziemlich großem Erfolg, ihr im Februar 2014 erschienenes und von allen Tierrechtsorganisationen exzessiv beworbenes Buch „Artgerecht ist nur die Freiheit“ verkauft sich ziemlich gut.

Beide Ansätze – der wissenschaftlich verbrämte und der pädagogisch moralisierende – erreichen zusammen quasi flächendeckend jede Art von Publikum. Vom nüchternen Reportagezuschauer bis zum verklärten „Bauer-sucht-Frau“-Konsumenten findet jeder eine Basis für sein „Wissen“ um moderne Landwirtschaft.

Dabei sollte man doch meinen, dass es für aufgeklärte Menschen im Internetzeitalter ein Leichtes ist, sich umfassend und vielseitig zu informieren. Doch dem steht in vielen Fällen die eigene Fehleinschätzung im Wege, die feste Überzeugung, bereits genug zu wissen, gepaart mit dem Misstrauen gegenüber ausgewiesenen Fachleuten, die als Lobbyisten eingestuft werden. Die Psychologie kennt sogar einen Namen für dieses Verhalten: den *Dunning-Kruger-Effekt*. Justin Kruger und David Dunning veröffentlichten 1999 eine Studie, nach der Menschen ein Fachgebiet und die Leistung der zugehörigen Experten umso schlechter einschätzen können, je weniger sie selbst auf diesem Gebiet wissen. Einher geht dieses Unvermögen mit der Überzeugung, persönlich überdurchschnittlich zum jeweiligen Thema Bescheid zu wissen und durch zusätzliche Informationen bestenfalls verwirrt oder gar betrogen zu werden. Mit anderen Worten: Man braucht Wissen, um das Wissen anderer beurteilen zu können. Verharrt man dagegen auf seinem niedrigen Informationsstand, wird einem das Wissensmanko gar nicht bewusst.

Für Landwirte und Agrarwissenschaftler ergibt sich daraus ein wichtiger Schluss: Medienschaffende mit festgefahrenen Meinungen werden in den meisten Fällen nicht selbstständig nach neuen Aspekten suchen. Man kann und muss ihnen fehlende Kompetenz hinterhertragen. Die Facebook-Seite von „Quarks & Co.“ hat gezeigt, wie das geht: Nicht mit (durchaus nachvollziehbaren) Wutausbrüchen, sondern mit beharrlicher Argumentation. Dazu gehört nicht selten ein Sisyphos-Gemüt, und der Effekt sind meist keine prompt geläuterten Fernsehredakteure ... aber Tausende Mitleser, bei denen neben den „Veganer-retten-die-Welt“-Parolen auch ein bisschen landwirtschaftliches Fachwissen hängenbleibt – festgebissen in irgendeiner Ecke des Gehirns und darauf lauend, beim nächsten Bauern-Bashing ein paar kleine Zweifel an der eigenen Überzeugung und der Kompetenz der Sprücheklopfer zu säen.

Für Landwirte und Agrarwissenschaftler ergibt sich daraus ein wichtiger Schluss: Medienschaffende mit festgefahrenen Meinungen werden in den meisten Fällen nicht selbstständig nach neuen Aspekten suchen. Man kann und muss ihnen fehlende Kompetenz hinterhertragen. Die Facebook-Seite von „Quarks & Co.“ hat gezeigt, wie das geht: Nicht mit (durchaus nachvollziehbaren) Wutausbrüchen, sondern mit beharrlicher Argumentation. Dazu gehört nicht selten ein Sisyphos-Gemüt, und der Effekt sind meist keine prompt geläuterten Fernsehredakteure ... aber Tausende Mitleser, bei denen neben den „Veganer-retten-die-Welt“-Parolen auch ein bisschen landwirtschaftliches Fachwissen hängenbleibt – festgebissen in irgendeiner Ecke des Gehirns und darauf lauend, beim nächsten Bauern-Bashing ein paar kleine Zweifel an der eigenen Überzeugung und der Kompetenz der Sprücheklopfer zu säen.

am

Sabine Leopold, Redaktion agrarmanager

INTERNET-TIPPS



Unter www.facebook.com/QuarksundCo finden Sie – inzwischen etwas nach unten durchgerutscht – die erwähnte Diskussion über die „Quarks & Co.“-Kuh-Sendung. Wenn Sie mitreden möchten, brauchen Sie allerdings einen eigenen Facebook-Zugang.



Und weil wir gerne auch unsere Kompetenz mit Ihnen diskutieren möchten, hat der agrarmanager seit wenigen Tagen ebenfalls eine Facebook-Seite (www.facebook.com/agrarmanager.magazin). Wir würden uns freuen, Sie dort begrüßen zu dürfen. Ihre Meinung zu diesem Beitrag können Sie uns aber auch gern unter agrarmanager@dlv.de mailen.

Fit für neue Markttrends, aber mit Bodenhaftung!



Als Landwirt müssen Sie vorausdenken. Denn, wer schnell und fundiert die Richtung zukünftiger Marktentwicklungen abzuschätzen weiß, ist im Vorteil. Gut, dass Sie mit der NORD/LB auf einen Partner zählen können, der sich im Agrarbereich so gut auskennt wie kaum ein anderer. Und das seit 170 Jahren. Unsere Berater sind seit jeher nicht nur fit in allen Finanzthemen, sie sind auch allesamt versierte Fachleute und ausgebildete Landwirte. Ihr Know-how zur Branche, ihre Kompetenz bei Marktprognosen und ihr über Jahrzehnte aufgebautes Netzwerk machen uns zu einem starken Partner. Und das gilt ohne Frage auch für Ihre Richtungsentscheidungen. Erfahren Sie mehr unter www.nordlb.de/agrar-banking.