



Freitag, 04. Oktober 2019, 15:00 Uhr
~11 Minuten Lesezeit

Die Vielfalt schmackhaft machen!

Eine Hunsrücker Initiative setzt Impulse für lebenswerte ländliche Regionen und gesunde Lebensmittel.

von Franziska Schmidt
Foto: Brian A Jackson/Shutterstock.com

Kooperation statt Wettbewerb, regionale Kreisläufe statt Wachstumszwang, Nutzpflanzenvielfalt statt Acker-Monotonie: im Hunsrück beschreitet eine Gruppe von Landwirten, Pflanzenkennern, Unternehmern und regional Engagierten mutige Wege, um ihre Vision von einer nachhaltigen, gerechten und naturgemäßen Landwirtschaft zu verwirklichen. Und das mit sehr schmackhaften Ergebnissen!

Wenn es Neuigkeiten aus der Landwirtschaft gibt, dann sind sie meistens schlecht: Wir hören von Höfesterben, Nitratbelastung, Biodiversitätsverlust, Bodenerosion, Glyphosat, schlechten Ernten und gleichzeitiger Überproduktion. Es geht um die Scheußlichkeiten von Massentierhaltung und Agribusiness und um den enormen wirtschaftlichen und bürokratischen Druck, der immer mehr kleine, familiengeführte Höfe zum Aufgeben zwingt. Viele Menschen fragen sich, warum unsere Kulturlandschaft trotz enormer landwirtschaftlicher Subventionen immer weiter verarmt und Bauern über fallende Gewinne klagen.

Über konstruktive Lösungsansätze hören wir wenig, vor allem aus der Politik. Dabei gibt es mittlerweile eine Vielzahl innovativer Projekte, die Wege aus der Dauerkrise aufzeigen. Die Hanfkampagne aus dem ländlichen Rheinland-Pfalz ist ein solches Projekt. Sie verbindet die Themen Bodengesundheit, ackerbauliche Vielfalt, wirtschaftliche Nachhaltigkeit und Regionalentwicklung zu einem innovativen Konzept und setzt auf regionale Verantwortungsgemeinschaften und Wirtschaftskreisläufe.

Die Logik der industriellen Landwirtschaft

Landwirtschaft verändert sich ständig. Unsere heutige Art der Landwirtschaft ist das Resultat eines langen Prozesses der Industrialisierung, Technisierung und Einbindung in immer größere Märkte. Vor allem seit Ende des Zweiten Weltkrieges hat diese Dynamik immer mehr Fahrt aufgenommen. Unter dem Einfluss von (Subventions-)Politik, Landwirtschaftsfachschulen und Agrarindustrie wurde der Bauer zum landwirtschaftlichen Unternehmer: hochtechnisiert, effizient, marktorientiert. Er oder sie liefert ein standardisiertes, genormtes Produkt in massenhafter

Ausführung für den nationalen und internationalen Markt. Ermöglicht wird all das durch immer aufwändigeren Input: Dünger, Pestizide und hochproduktive Züchtungen, die kaum ohne Pflanzenschutz auskommen.

Der Landwirt der Gegenwart kann kaum ohne große finanzielle Investitionen wirtschaften: Um wettbewerbsfähig zu bleiben, braucht er moderne Technik; Ställe, Lagerhallen und Verarbeitungsräume müssen stetig strikteren Auflagen und Normierungen genügen. Saatgut, Futtermittel und Pflanzenschutz müssen ebenfalls eingekauft werden. Nur drei Unternehmen dominieren 70 Prozent des weltweiten agrochemischen Marktes (1).

Damit ist der durchschnittliche Landwirt nicht nur abhängig von den Produkten der agrochemischen Industrie – Düngemittel, Pestizide, Hormone –, sondern auch von ihren Preisvorstellungen. Das alles lässt sich kaum ohne Kredite verwirklichen und erhöht den Gewinnzwang zusätzlich.

Die Machtverhältnisse in der Nahrungsmittelbranche haben sich derweil verschoben: Mittlerweile bestimmen längst die Abnehmer, nicht die Produzenten, den Preis. Große Einzelhandelsketten und Nahrungsmittelproduzenten betreiben eine aggressive Einkaufs- und Preispolitik, die die einzelnen Bauern gegeneinander ausspielt. Auch hier – wie in so vielen Bereichen des Lebens – gilt mittlerweile das Prinzip der Konkurrenz. Lediglich vier multinationale Konzerne kontrollieren unglaubliche 90 Prozent des weltweiten Getreidehandels.

Folglich ist der Handlungsspielraum des durchschnittlichen Landwirtes extrem eingeschränkt: Auf der einen Seite muss er den Forderungen seiner Bank nachkommen und seine Investitionen abbezahlen, an der zweiten Front die Vorgaben seiner Abnehmer erfüllen, die ein streng genormtes Produkt erwarten und zusätzlich

dessen Menge, Qualität und Preis festlegen. Drittens hat er mit steigenden Inputkosten zu kämpfen. Der Druck zur Ausbeutung der natürlichen Ressourcen wirkt also von drei Seiten gleichzeitig.

Der Bericht des International Panel of Experts on Sustainable Food Systems (**IPES**) (<http://www.ipes-food.org/>) macht deutlich, wie sich die gegenwärtigen landwirtschaftlichen Strukturen und Machtverhältnisse auswirken: Von 2000 bis 2010 sind die Produktionskosten für europäische Landwirte um 40 Prozent gestiegen, während ihre durchschnittlichen Gewinne seit 1995 um zehn Prozent gesunken sind. In Anbetracht dieser Zahlen ist es nicht verwunderlich, dass in nur zehn Jahren – von 2003 bis 2013 – ein Viertel aller europäischen Bauernhöfe aufgegeben wurde (1).

Unter dem Einfluss von Agrarindustrie und marktdominierenden Lebensmittelkonzernen finden sich viele Landwirte ungewollt in einem **„Race to the Bottom“** (https://de.wikipedia.org/wiki/Race_to_the_bottom) wieder. Das hat Auswirkungen auf den gesamten ländlichen Raum: Von Beschäftigungsbedingungen, Einkommensverhältnissen, Abwanderung und Investitionen bis hin zu Qualität und Erholungswert der Kulturlandschaft ist alles betroffen. Mit anderen Worten: Tendenziell senkt die industrielle Landwirtschaft die Lebensqualität und Zukunftsperspektiven ländlicher Räume.

Nitratbelastung, Bodenerosion, Artenverlust, Energieverbrauch: Dass die industrielle Landwirtschaft gewaltige ökologische Kosten für die Allgemeinheit verursacht, wird inzwischen selbst vonseiten der UNO kritisiert. Der **Weltagrарbericht** (<https://www.weltagrарbericht.de/>) mahnt, dass die ineinandergreifenden Krisen von Klima, Energie, Wasser und Nahrung nach sofortigen Veränderungen verlangen (2) – das ist mittlerweile elf Jahre her. Der kürzlich erschienene **Weltbiodiversitätsbericht** (https://www.helmholtz.de/fileadmin/user_upload/IPBES-

[Factsheet.pdf](#)) betont ausdrücklich, dass die industrielle Landwirtschaft ein Hauptauslöser des globalen Artensterbens ist (3).

Auch die genetische Vielfalt unserer Nutzpflanzen und -tiere wird durch Standardisierung und die Marktdominanz einzelner Sorten bedroht. Flächendeckende, globale Monokulturen verringern unsere Möglichkeiten, auf Pathogene und die Unwägbarkeiten des Klimawandels flexibel zu reagieren.

Im wirtschaftlichen Konkurrenzkampf um Menge und Preis leiden also Bodengesundheit, Grundwasser, Tierwohl, Nahrungsmittelqualität, biologische Vielfalt und letztlich die Landwirte selbst.

Gleichzeitig haben wir als Gesellschaft einen riesigen bürokratischen Apparat erschaffen, um die schlimmsten Auswüchse dieser Art des Wirtschaftens zu unterbinden. Immer strengere Kontrollen und Auflagen sowie ein wachsender Zwang zur Dokumentation sollen dafür sorgen, dass Mindeststandards eingehalten werden. Gleichzeitig bevorzugt der Kontroll- und Dokumentationszwang wiederum die großen landwirtschaftlichen Player: Wer viel Kapital zur Verfügung hat, der kann sich eine eigene Abteilung für Verwaltung und Dokumentation leisten.

Kleine Betriebe und Familienunternehmen – meist nicht die Hauptverursacher des extremen Raubbaus – belastet der Verwaltungsaufwand ungleich mehr. Damit werden – ob gewollt oder ungewollt – immer größer werdende Agribusinesses bevorzugt, das Höfesterben und die Konzentration der landwirtschaftlichen Produktion in immer weniger Händen. Die Heinrich-Böll-Stiftung kommt in ihrem **Konzernatlas 2017** (https://www.boell.de/sites/default/files/konzernatlas2017_iii_w eb.pdf?dimension1=ds_konzernatlas) denn auch zu dem Schluss:

„Die Produktion von Lebensmitteln hat nur in seltenen Fällen etwas

mit bäuerlicher Landwirtschaft, mit traditionellem Handwerk und einer intakten Natur zu tun. Sie ist heute weltweit vor allem ein einträgliches Geschäft von wenigen großen Konzernen, die sich die Felder und Märkte untereinander aufteilen“ (4).

Gemeinsam auf neuen Wegen

Dass es so nicht weitergehen kann, ist den meisten unabhängigen Beobachtern inzwischen klar. Trotzdem tut sich vonseiten der Politik wenig. Gewaltige wirtschaftliche Interessen stehen auf dem Spiel, auch für Deutschland. 2018 erwirtschaftete Bayer mit Saatgut, Pflanzenschutzmitteln und Dünger einen Umsatz von 14 Millionen Euro (5). Deutschland hat den Weltagrarbericht nicht unterschrieben, Monsanto, BASF und Syngenta haben ihre Zusammenarbeit mit dem IPES-Panel vorzeitig abgebrochen.

Politik und Wirtschaft sind bis auf Weiteres in Interessenkonflikte, neoliberale Glaubensmuster und Realitätsverleugnung verstrickt. Wenn sich die Dinge zum Besseren wandeln sollen, dann werden der dazu nötige politische Druck und die Änderungsimpulse aus der Gesellschaft selbst kommen müssen. So war es letztlich bei vielen großen politischen und gesellschaftlichen Veränderungen.

Die Hanfkampagne aus Rheinland-Pfalz ist ein solcher Änderungsimpuls. Hier werden die Zusammenhänge zwischen Bodengesundheit, Ressourcenschutz, ländlicher Entwicklung, fairen Erzeugerpreisen und Gesundheit neu und zusammen gedacht. Grundlage dafür sind zwei Konzepte, die der Logik des herkömmlichen Landwirtschaftsregimes entgegenstehen: der Kreislaufgedanke und das Solidaritätsprinzip.

Die Hanfkampagne ist ein Zusammenschluss von Landwirten, Pflanzenkennern, Fachleuten aus Marketing, Vertrieb und

Gartenbau, sozial und ökologisch Engagierten sowie vielen Menschen, denen einfach die Zukunft ihrer Region am Herzen liegt. Als Genossenschaft setzt die Hanfkampagne auf Kooperation statt Konkurrenz und zusätzlich auf ein von Grund auf demokratisches Unternehmensmodell. Gründungsmitglied Max Pestemer erzählt, dass man sich bewusst für die Form der Genossenschaft entschieden habe, weil sie von allen möglichen Varianten am besten zu den Ideen, Zielen und Idealen der Beteiligten passe.

Inzwischen hat sich ein weiterer Vorteil des Modells herauskristallisiert: Die gleichberechtigte Beteiligung Vieler erschuf innerhalb kürzester Zeit ein beachtliches Netzwerk von Vertriebspartnern und einen Pool von diversem Know-how. Über Genossenschaftsanteile konnte auch die Anschubfinanzierung der Hanfkampagne realisiert werden – eine Möglichkeit also, ohne Bankkredite in neue Ideen zu investieren.

Durch diesen Impuls konnten die teilnehmenden Landwirte 2018 erstmalig Nutzhanf auf ihren Feldern anbauen. Während letztes Jahr vier Bauern insgesamt sieben Hanf-Hektar in Hunsrück und Eifel anpflanzten, reift die zweite Ernte momentan schon auf 40 Hektar heran. Das Modell stößt also auf Interesse, die Hanfkampagne wächst rasch. Die landwirtschaftliche Dauerkrise zwingt Landwirte zum Umdenken, die Offenheit für neue Ansätze und regionale Kooperation nimmt zu – und genau hier setzt die Hanfkampagne mit ihrem Genossenschaftsmodell an. Sie bietet einen Raum, in dem neue Konzepte für die Zukunft gemeinsam entwickelt und erprobt werden können.

Der Boden steht im Mittelpunkt

Hanf steht am Anfang der ehrgeizigen Ziele, die sich die Hanfkampagne gesetzt hat. Er bereitet im wortwörtlichen Sinne den

Boden: je nach Sorte dringen die Wurzeln der Hanfpflanze bis zu 140 Zentimeter tief in die Erde ein, lockern und verbessern sie dabei und wirken so der allgegenwärtigen Bodenverdichtung entgegen. Früher wurden mit ihrer Hilfe bevorzugt ausgelaugte, verhärtete Äcker regeneriert. Noch dazu benötigt Hanf selbst im konventionellen Anbau keine Pestizide, um zu gedeihen. Damit erleichtert er Landwirten die Umstellung auf biologischen Anbau beträchtlich. Hanfanbau kann also der erste Schritt hin zu einem schonenden, naturgemäßen Umgang mit dem eigenen Boden sein.

Es war die Sorge um den Boden, die die Gründer der Hanfkampagne besonders motiviert hat. Gesunde Böden sind nicht nur die wichtigste Produktionsgrundlage für gelingende Landwirtschaft, sie sind unser aller Ernährungsgrundlage. Und trotzdem: „Jedes Jahr gehen in Deutschland rund 35.000 Hektar fruchtbares Ackerland verloren“, so der Rostocker Bodenwissenschaftler Peter Leinweber (6).

Für die Mitglieder der Hanfkampagne ist es deshalb ein wichtiges Ziel, Impulse für eine naturgemäße Bodenbearbeitung zu setzen. Für sie ist klar: Je schonender der Umgang mit Boden und Pflanze, desto bekömmlicher das Endprodukt. Ihre volle Wirkung entfaltet eine Pflanze in einem komplexen Zusammenspiel von Boden, Klima, Wasserhaushalt und Bewirtschaftung.

Je nach Standort und Anbaumethode bildet sich ein unterschiedlicher Charakter aus, schwankt die Zusammensetzung der primären und sekundären Pflanzenstoffe. Was uns vom Weinbau her bekannt ist und einleuchtet – nämlich dass Standort, Klima, Erntezeitpunkt und Verarbeitung den Geschmack und die Zusammensetzung des Endproduktes stark beeinflussen –, trifft auf andere Pflanzen genauso zu. Gerade Öle bilden extrem differenzierte Geschmacks- und Wirkungswelten aus. Das Hanföl der Kampagne zieht deshalb bewusste Parallelen zum Weinanbau und beschreibt das jeweilige „Hanf-Terroir“, in dem das Öl gereift

ist.

Gerade auch der sensible Umgang mit Pflanzen und ihren Bedürfnissen war den Gründern ein Anliegen. Viele von ihnen beschäftigen sich seit Jahrzehnten privat und beruflich mit Pflanzen, haben umfangreiches Wissen über die botanischen Wirkungszusammenhänge und naturgemäßen Anbaumethoden angehäuft, das sie jetzt in die Arbeit der Hanfkampagne einfließen lassen.

Gerade ihre Hochwertigkeit – sowohl bei Inhaltsstoffen als auch beim Geschmack – zeichnet die Öle der Hanfkampagne aus. Man baut nicht irgendein standardisiertes Produkt irgendwo an, sondern spezifische, identifizierbare und diverse Öle. Weg also von der beliebigen Massenproduktion der industriellen Landwirtschaft und hin zu hochwertigen handwerklichen Produkten, die gerade durch ihre individuelle Wiedererkennbarkeit an Wert gewinnen. Durch diese Differenzierung will die Hanfkampagne auch den bewussten Umgang des Landwirts mit Pflanzen und Boden fördern; denn wenn Intuition, Erfahrung und die Berücksichtigung der individuellen Verhältnisse vonseiten der Konsumenten Wertschätzung erfahren, dann lohnt es sich wieder, das eigene Land naturgemäß und achtsam zu bewirtschaften.

Regionale Kreisläufe

Die Wiedereinbindung der Landwirtschaft in ihre tatsächliche, gewachsene Umgebung ist ein Grundanliegen – und eine wichtige Strategie – der Hanfkampagne. Genauso zentral ist die Wiedereinbindung landwirtschaftlicher Produkte in regionale Wertschöpfungskreisläufe. Durch das Know-how und Engagement der Genossenschaftler wird die Hanfernte in der Region weiterverarbeitet und verkauft, ohne dass mächtige Groß-

Abnehmer Preis und Menge diktieren. Das ermöglicht den Hanf-Bauern endlich wieder bessere Gewinne und ein gewisses Maß an Unabhängigkeit.

Den linearen Denkansatz des herkömmlichen Wirtschaftsmodells ersetzt die Hanfkampagne also durch den Kreislaufgedanken: anstatt zur Akkumulationsbasis für Großkonzerne zu verkommen, soll der ländliche Raum durch Wiedervernetzung von Landwirtschaft, Verarbeitung und Nutzung wieder ein Leben und Arbeiten in engen räumlichen und wirtschaftlichen Zusammenhängen ermöglichen.

Die Visionen für die Zukunft sind entsprechend groß: Neben Nahrungsmitteln will die Hanfkampagne auch andere ressourcenschonende und ökologisch sinnvolle Produkte initiieren. Vor allem soll die in der Vergangenheit weit verbreitete Produktion von Hanffasern zurück nach Rheinland-Pfalz geholt werden, natürlich inklusive Weiterverarbeitung zu ökologisch hochwertigen Baustoffen und Natur-Textilien.

So verknüpft Hanf schlussendlich tatsächlich verschiedenste Themenbereiche von Bodengesundheit und landwirtschaftlicher Vielfalt über hochwertige Verarbeitung und regionale Produktion bis hin zu nachhaltiger ländlicher Entwicklung und Innovation.

Außerdem soll es zukünftig nicht nur um Hanf gehen, sondern auch um andere fast vergessene Faser-, Öl-, Tee- und Proteinpflanzen, die Potenzial für gesunde Lebensmittel und umweltschonende Produkte aufweisen.

Die Hanfkampagne steht mit diesem Projekt noch am Anfang, aber die Zeichen sind ermutigend. Immer mehr Menschen – auch im ländlichen Raum – wünschen sich eine bessere Form der Landwirtschaft, ein gemeinwohlorientiertes Wirtschaften. Nur wenn wir mutig die ersten Schritte unternehmen und beginnen, eine

wünschenswerte Version der Zukunft zu gestalten, werden sich die Dinge ändern.

<https://www.rubikon.news/spenden>

Quellen und Anmerkungen:

Mehr zum Thema: www.hanfkampagne.com

<http://www.hanfkampagne.com>.

(1)

https://www.weltagrarbericht.de/fileadmin/files/weltagrarbericht/Weltagrarbericht/CFP_FullReport.pdf

https://www.weltagrarbericht.de/fileadmin/files/weltagrarbericht/Weltagrarbericht/CFP_FullReport.pdf

(2) <https://www.weltagrarbericht.de>

<https://www.weltagrarbericht.de>

(3) <https://www.eskp.de/klimawandel/bericht-des-weltbiodiversitaetsrates/>

<https://www.eskp.de/klimawandel/bericht-des-weltbiodiversitaetsrates/>

(4)

https://www.boell.de/sites/default/files/konzernatlas2017_iii_web.pdf?dimension1=ds_konzernatlas

https://www.boell.de/sites/default/files/konzernatlas2017_iii_web.pdf?dimension1=ds_konzernatlas

(5) <https://geschaeftsbericht2018.bayer.de/lagebericht->

[ergaenzungen/wirtschaftsbericht/geschaeftsentwicklung-in-den-segmenten/crop-science.html](https://geschaeftsbericht2018.bayer.de/lagebericht-ergaenzungen/wirtschaftsbericht/geschaeftsentwicklung-in-den-segmenten/crop-science.html)

<https://geschaeftsbericht2018.bayer.de/lagebericht-ergaenzungen/wirtschaftsbericht/geschaeftsentwicklung-in-den-segmenten/crop-science.html>

(6) <https://taz.de/Fruchtbares-Ackerland-geht-verloren/!5059992/> (<https://taz.de/Fruchtbares-Ackerland-geht-verloren/!5059992/>)

Weitere Literatur:

- International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development, IAASTD/ Weltagrarbericht: http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/Investment/Agriculture_at_a_Crossroads_Global_Report_IAASTD.pdf
- Weltbiodiversitätsbericht (englisch): <http://www.millenniumassessment.org/en/index.html>
- Vom Winde verweht, taz vom 2.9.2013: <https://taz.de/Fruchtbares-Ackerland-geht-verloren/!5059992/> (<https://taz.de/Fruchtbares-Ackerland-geht-verloren/!5059992/>)
- IPES Food: Toward a common food policy for the European Union: https://www.weltagrarbericht.de/fileadmin/files/weltagrarbericht/Weltagrarbericht/CFP_FullReport.pdf (https://www.weltagrarbericht.de/fileadmin/files/weltagrarbericht/Weltagrarbericht/CFP_FullReport.pdf)
- Konzernatlas 2017: Daten und Fakten über die Agrar- und Lebensmittelindustrie: https://www.boell.de/sites/default/files/konzernatlas2017_iii_web.pdf?dimension1=ds_konzernatlas (https://www.boell.de/sites/default/files/konzernatlas2017_iii_web.pdf?dimension1=ds_konzernatlas)
- Bayer Crop Science Umsatzbericht für 2018: <https://geschaeftsbericht2018.bayer.de/lagebericht-ergaenzungen/wirtschaftsbericht/geschaeftsentwicklung-in-den-segmenten/crop-science.html> (<https://geschaeftsbericht2018.bayer.de/lagebericht-ergaenzungen/wirtschaftsbericht/geschaeftsentwicklung-in-den-segmenten/crop-science.html>)

Dieser Artikel erschien bereits auf www.rubikon.news.



Franziska Schmidt, Jahrgang 1986, hat Kultur- und

Medienwissenschaften in den Niederlanden sowie Umweltsoziologie in Edinburgh studiert. Mittlerweile lebt sie wieder in Deutschland, wo sie Obstbäume schneidet und über Mensch-Umweltbeziehungen und Nachhaltigkeit schreibt. Sie recherchiert für ihr erstes Buch zum Zusammenhang zwischen psychischen Erkrankungen und wirtschaftlichen sowie gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Weitere Informationen unter francescaschmidt.wordpress.com (<https://francescaschmidt.wordpress.com/>).

Dieses Werk ist unter einer **Creative Commons-Lizenz (Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International** (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>)) lizenziert. Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen dürfen Sie es verbreiten und vervielfältigen.