Österreicherinnen und Österreicher haben eine sehr positive Sicht auf die heimischen Bäuerinnen und Bauern

Wertschätzung der Bäuerinnen und Bauern muss sich auch im Einkauf regionaler bäuerlicher Lebensmittel widerspiegeln.

Die Zukunft der österreichischen Landwirtschaft ist eng mit der Akzeptanz dieses Berufsstands, der Art der Bewirtschaftung und der Wertschätzung sowie letztendlich der angemessenen Wertschöpfung für bäuerliche Erzeugnisse verbunden. Auf Initiative der ARGE Bäuerinnen, in Kooperation mit der Nachhaltigen Tierhaltung Österreich (NTÖ) wurden im Rahmen des Projekts "Innerlandwirtschaftliche Bildungsinitiative für Agrarkommunikation" (IBAK), erstmals in Österreich zwei Umfragen in Auftrag gegeben, die einerseits das Bild der heimischen Landwirtschaft in der Bevölkerung und andererseits die eigene Einschätzung der Bäuerinnen und Bauern über ihre Arbeit und ihren Stellenwert in der Gesellschaft thematisieren. Die Ergebnisse des Marktforschungsinstituts KeyQUEST zeigen, dass die Arbeit der Landwirtinnen und Landwirte in der nicht-agrarischen Bevölkerung hoch angesehen ist und man sich durchaus der Relevanz dieses Berufsstandes auch für die künftige Lebensqualität in Österreich bewusst ist.

Köstinger: Bäuerlichen Beruf attraktiver machen und Hofübergaben erleichtern

“Man kann es nicht oft genug sagen: Es sind unsere Bäuerinnen und Bauern, die unser schönes Land so lebenswert machen! Tagtäglich produzieren sie Lebensmittel in Spitzenqualität mit höchsten Produktionsstandards. Sie pflegen unsere Naturlandschaften und bewirtschaften Almen wie auch Wälder, die wir als Erholungsräume genießen. Das ist nicht selbstverständlich! Umso erfreulicher ist es, dass immer mehr Menschen in Österreich die Bedeutung unserer Landwirtschaft bewusst ist. Laut dieser aktuellen KeyQUEST Umfrage haben 94% der Befragten ein positives Bild von unseren Landwirtinnen und Landwirten“, erklärt Landwirtschaftsministerin **Elisabeth Köstinger.**

“Dagegen sehen nur 51% der Bäuerinnen und Bauern ihr eigenes Image als positiv. Dieses Ergebnis zeigt, dass wir noch stärker von der Wertschöpfung zur Wertschätzung kommen müssen! 87% sind bereit, für Produkte mit höheren Tierwohlstandards mehr zu bezahlen. Entscheidend ist, dass sich dieser Trend in den Kaufentscheidungen niederschlägt. Österreich gehört bereits jetzt zu den Ländern mit den höchsten Tierwohlstandards. Die Studie zeigt, dass Tierwohl und Herkunftskennzeichnung immer mehr an Bedeutung gewinnen. Darum setze ich mich für die im Regierungsprogramm vereinbarte Umsetzung einer verpflichtenden Herkunftskennzeichnung in verarbeiteten Produkten und in der Gemeinschaftsverpflegung ein“, so Köstinger weiter.

“Die Österreicherinnen und Österreicher sehen in der Landwirtschaft eine Zukunftsbranche. 85% sind überzeugt, dass der Beruf der Landwirte auch in Zukunft wichtig für die Gesellschaft sein wird. Umso entscheidender ist es, dass wir insgesamt den Beruf attraktivieren, Hofübergaben erleichtern und die heimische Landwirtschaft innovativ weiterentwickeln.“

Schwarzmann: Persönliches Gespräch ist Hauptinformationsquelle für Landwirtschaftsthemen

Die Mehrheit der Österreicherinnen und Österreicher (68%) ist der Meinung, dass die Darstellung der heimischen Landwirtschaft in den Medien “ausgewogen“ ist, jeweils 11% halten sie für “zu positiv/zu negativ“. In der betroffenen Berufsgruppe sieht das anders aus: Mehr als die Hälfte (58%) der Landwirtinnen und Landwirte sieht sich in den Medien “zu negativ“ dargestellt, 32% bewertet die Berichterstattung als “ausgeglichen“. Geprägt wird das Bild über die heimischen Bäuerinnen und Bauern aber nicht, wie man vermuten würde, in erster Linie von den traditionellen Medien -

die Hauptinformationsquelle ist vielmehr das persönliche Gespräch. Jeweils mehr als die Hälfte der Befragten (53 - 55%) gab an, seine Vorstellungen von der Landwirtschaft seien aufgrund von direkter Kommunikation mit Bäuerinnen und Bauern, Bekannten und Verwandten, beim Direkteinkauf oder Besuchen am Bauernhof geprägt worden. Fernsehen, Radio, Internet und Tageszeitungen sind hierbei zweitrangig. "Dieses Ergebnis zeigt, dass der persönliche Kontakt ein wesentlicher Faktor bei der Imagebildung ist und unsere Bäuerinnen und Bauern verstärkt auf ihr Wissen, ihre Persönlichkeit und Authentizität setzen sollten. Keiner kann über Landwirtschaft und das Leben und Wirken auf einem Bauernhof besser informieren, als die Betroffenen selbst", erklärt **Andrea Schwarzmann**, Vorsitzende der ARGE Österreichische Bäuerinnen. "Hier müssen wir auch in den Bildungs- und Beratungsangeboten für die Landwirtinnen und Landwirte ansetzen, denn während Direktvermarkter im Dialog mit den Konsumentinnen und Konsumenten oftmals schon versiert sind, besteht bei Erzeugern in der Urproduktion noch Potenzial. Es gilt für sie zu lernen, der Landwirtschaft ein Gesicht und eine Stimme zu geben."

Mehrheit wünscht sich mehr Ernährungs- und Konsumbildung in den Schulen

Doch es braucht nicht nur spezielle Schulungen für Bäuerinnen und Bauern, wie Agrarkommunikation funktioniert, landwirtschaftliche Bildung muss bereits in der Schule eine stärkere Gewichtung erhalten, meinen die Befragten. 51% - insbesondere junge Menschen und an der Landwirtschaft Interessierte - sind der Ansicht, dass die Landwirtschaft zu wenig Berücksichtigung in den Lehrplänen findet, für jeden Fünften ist der Informationsumfang “ausreichend“. Zudem meinen 49% der Bevölkerung (76% der Bauern), in den Schulen werde ein unrealistisches Bild der heimischen Landwirtschaft vermittelt, 96% der Befragten unterstützen daher auch die Idee der “Besuche von Schulklassen auf Bauernhöfen“. "Das stützt eine Umfrage der ARGE Bäuerinnen von 2019 unter mehr als 9.600 Landwirtinnen und Pädagoginnen und bestärkt uns in unserer Forderung nach einem stärkeren pädagogischen Schwerpunkt 'Ernährung und Konsumbildung' in den Pflichtschulen", so Schwarzmann.

Diese Bestrebungen werden von 83% der Bevölkerung unterstützt. Als primäre Inhalte werden dabei die Themen Herkunft von Lebensmitteln, Umweltschutz, verantwortungsvoller Konsum sowie die Grundlagen der Ernährung genannt. Diese Schwerpunkte werden von 98% der Befragten befürwortet. "Objektive und faktenbasierte Informationen, pädagogisch aufbereitet für Schulkinder, bietet etwa die ‘Esserwisser‘-Plattform (www.esserwissen.at), die von aktiven Bäuerinnen und Bauern, den Seminarbäuerinnen und Ernährungswissenschaftlern gestaltet wird und neben gebündeltem Wissen über Lebensmittelkunde und saisonale Produkte auch Infografiken und Unterrichtsmaterialien enthält“, so Schwarzmann. Unterstützung bei der Ernährungs- und Verbraucherbildung von Kindern und Jugendlichen von 10 bis 14 Jahren erhalten interessierte Pädagoginnen und Pädagogen aus dem nicht-landwirtschaftlichen Fachbereich sowie Lehramtsstudentinnen und -studenten der Sekundarstufe 1 mit dem neuen Lehrgang 'LEBENsmittelwissen', der von der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik gemeinsam mit der ARGE Bäuerinnen erarbeitet wurde.

Fradler: Tierwohl ist Qualitätskriterium für die Gesellschaft

“Die Bedeutung des Themas Tierwohl sowie der ‘gute Umgang mit Tieren‘ hat in den letzten Jahren massiv zugenommen. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den Ergebnissen der Studie wider. Die Konsumentinnen und Konsumenten verbinden mit dem Begriff Tierwohl eine artgerechte Tierhaltung, mehr Platz für die Tiere und eine bessere Produktqualität. Für diese Ansprüche und Gegebenheiten spielen für die tierhaltende Landwirtschaft höhere Produktionskosten eine Rolle“, fasst **Josef Fradler jun.**, Obmann der Nachhaltigen Tierhaltung Österreich, dieses

emotional behaftete Thema zusammen. Als Lösung braucht es eine Brücke zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft, in der der Dialog den wichtigsten Baustein darstellt.

Chancen der Kommunikation nutzen

“Unsere Landwirtinnen und Landwirte erzeugen Produkte mit höchsten Qualitätsstandards. Auch in Zeiten von COVID-19 können sich die Konsumentinnen und Konsumenten darauf verlassen“, betont Fradler. “Die Landwirtinnen und Landwirte sind aufgefordert, die Hintergründe der Produktion zu erzählen. Die Gesellschaft soll unsere Leidenschaft zu den Tieren und zu den einzelnen Produkten spüren und verstehen. Für diesen verstärkten direkten Dialog, zeitgemäß auch mit der Einbindung der sozialen Netzwerke, unterstützen unsere umfangreichen Bildungsangebote die Tierhalterinnen und Halter auf und bei diesem Weg dazu.“

Mayr: Österreicher sehen ihre Bauern positiver als die Deutschen

Bei der Konzeption der Studie wurde großer Wert auf die Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit einer Erhebung in Deutschland aus dem Jahr 2017 gelegt. “Vergleicht man die Ergebnisse für Österreich und Deutschland so zeigen sind in sehr vielen Punkten recht ähnliche Resultate. Dies gilt sowohl für die hohe Zustimmung hinsichtlich der Wichtigkeit der Landwirtschaft für Staat und Gesellschaft, der wachsenden Bedeutung des Themas Tierwohl, aber auch für den Wunsch einer stärkeren Verankerung des Themas Landwirtschaft im Schulunterricht“, erläutert **Johannes Mayr,** Geschäftsführer von KeyQUEST. Und weiter: “In der Detailbetrachtung zeigt sich allerdings, dass die österreichische Bevölkerung der heimischen Landwirtschaft gegenüber deutlich positiver eingestellt ist. So haben in Österreich 94% der Bevölkerung ein positives Bild von den Landwirtinnen und Landwirten, während in der deutschen Studie nur ein Wert von 79% erreicht wurde.“

“Ähnliches gilt für die Beurteilung des Begriffes ‘moderne Landwirtschaft‘. Auch bei den Tierwohl-Standards sieht die österreichische Bevölkerung klare Vorteile für Österreich. So sagen nicht weniger als 82% der Österreicher, dass im Vergleich zu anderen Ländern die Tierproduktion zu höheren Standards erfolgt. Als Fazit kann festgehalten werden: Die Österreicher haben eine recht hohe Meinung von der österreichischen Landwirtschaft. Viel höher als die Landwirte selber glauben und besser als die deutsche Landwirtschaft von der deutschen Bevölkerung eingeschätzt wird“, so Mayr abschließend.