

# Landwirtschaft und Gesellschaft zwischen Vertrauen und Misstrauen

*Beratung in der Verantwortung*

Andrea Payrhuber<sup>1</sup>, Liane Kaipel<sup>2</sup>

## Zusammenfassung

Landwirtschaftliche Produktion, KonsumentInnen und im Produktionsumfeld ansässige Personen sind wechselseitig voneinander abhängig. Von Seiten der Landwirtschaft und der Landwirtschaftskammer als Interessensvertretung der Landwirte und Landwirtinnen wird verstärkt nach einem Dialog gesucht, um ein funktionierendes Miteinander zu gestalten. Folgende explorative Studie erhebt Meinungen und Einstellungen rund um die österreichische landwirtschaftliche Produktion und setzt diese mit Erwartungen und Ansprüchen an die Landwirtschaft in Bezug, um Bereiche zu identifizieren, in denen Kommunikations- und Handlungsbedarf besteht.

## Agriculture and Society - an area of tension between trust and mistrust

### Abstract (optional)

#### Schlüsselwörter:

Beratung und Dialog  
 Lebensraumnutzung- und Gestaltung  
 Landwirtschaftliche Produktion  
 Qualitätsansprüche bei Lebensmittel  
 Konsumentenvertrauen

#### Keywords:

extension dialogue  
 Use & Management of habitats  
 agriculture production  
 requested food quality  
 consumer confidence

## 1. Einleitung

Die Agrarsoziologie hat eine lange Forschungstradition, die bis ins 18. Jhd. zurückreicht und sich vorwiegend mit der bäuerlichen Familie (u.a. Znaniecki 1919) und der Lage der Landarbeiterinnen und Landarbeiter (u.a. Weber 1892) beschäftigt. (vgl. Vonderach, S. 7-12). Ein Themenkomplex, der heute zusätzlich an Bedeutung gewinnt, ist die wechselseitige Abhängigkeit von landwirtschaftlicher und nichtlandwirtschaftlicher Bevölkerung und die Fragestellungen, die sich aus dem Nutzen und dem Schutz des gemeinsamen Lebensraumes ergeben. So wird auch die Beratung land- und forstwirtschaftlicher Unternehmensführerinnen und Unternehmensführer zu einem zunehmend vielschichtigeren Aufgabengebiet. Es geht nicht mehr ausschließlich um Produktionsanpassungen, die Umsetzung von Richtlinien, das Ausfüllen von Formularen und Anträgen oder das Optimieren des Betriebserfolgs. Vielmehr wird es zunehmend wichtiger, das Image der österreichischen Landwirtschaft zu gestalten und eine Kommunikationsbasis zwischen Landwirtschaft, Bewohnern und Bewohnerinnen des ländlichen Raums und Konsumentinnen und Konsumenten zu schaffen. Durch Innovationen wie Veredelung der Basisprodukte, Erzeugung von Nischenprodukten, Kreieren und Umsetzen neuer Dienstleistungen und Vertriebswege (Direktvermarktung, Vermarktungsgemeinschaften, Dachmarken, etc.), soll ebenso wie durch Transparenz in der Produktion und Orientierung an Umwelt- und Tierwohlstandards, den Anforderungen des Marktes und der Konsumentinnen und Konsumenten nachgegangen werden. Ein immer breiteres Wissen und eine umsichtige Marktbeobachtung von Seiten der Beratungspersonen und der Beratungsorganisationen sind notwendig, um neuen Trends und Konsumentenwünschen frühzeitig folgen zu

<sup>1</sup> Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, Angermayergasse 1, 1130 Wien

<sup>2</sup> Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, Angermayergasse 1, 1130 Wien

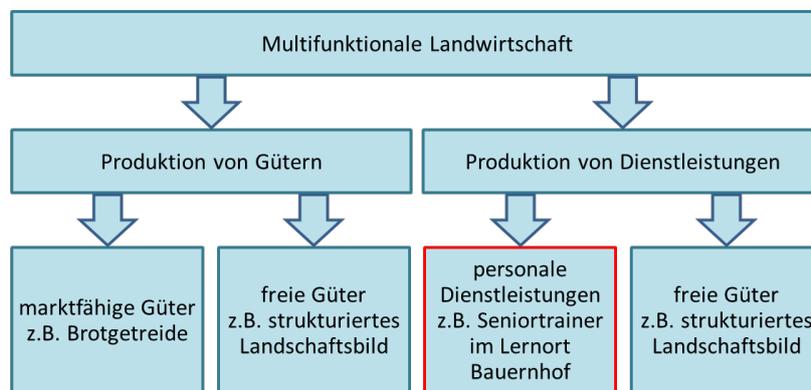
können. Daneben sind Dialog und Vernetzung mit den im Produktionsumfeld ansässigen Menschen wichtig, um ein Miteinander zu gewährleisten.

## 2. Beziehung zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft

Landwirtschaft und nichtlandwirtschaftliche Bevölkerung teilen sich einen gemeinsamen Lebensraum und sind auf verschiedenen Ebenen wechselseitig voneinander abhängig. Dennoch ist ihre Beziehung häufig durch Unwissen und Fehlinformationen geprägt, die Konfliktpotential und Unverständnis mit sich bringen. Das Bild der heimischen Landwirtschaft definiert sich in der Gesellschaft einerseits als ländliche Idylle und andererseits als „Agrarindustrie“ ohne Rücksicht auf Mensch, Umwelt und Tier. Da die Menschen elementar auf die Landwirtschaft angewiesen sind, sollten sie sich der Produktionsbedingungen und ihres Einflusses als Konsumentinnen und Konsumenten bewusst sein. Grundsätzlich wollen sich die Konsumentinnen und Konsumenten auf die Produzentinnen und Produzenten ihrer Lebensmittel verlassen können und ihnen eine hohe Vertrauenswürdigkeit schenken (vgl. Hauschild, 2014).

Im Rahmen dieser Arbeit wird Gesellschaft als ein „umfassendes soziales System, das alle anderen sozialen Systeme in sich einschließt“ (Luhmann, 2011) verstanden. Weiters wird von der Annahme ausgegangen, dass es innerhalb des Gesamtsystems „Gesellschaft“ Teilsysteme gibt, die eine bestimmte Funktion für das Gesamtsystem erfüllen. Als ein solches Funktionssystem ist das Wirtschaftssystem zu verstehen, dessen grundsätzliche Funktion der Austausch von Gütern ist. Alle am Gütertausch beteiligten landwirtschaftlichen Betriebe werden im Rahmen dieses Forschungsvorhabens unter „Landwirtschaft“ subsumiert und als Teil des Wirtschaftssystems verstanden, ebenso wie die Konsumentinnen und Konsumenten, die sich aus landwirtschaftlicher und nicht landwirtschaftlicher Bevölkerung zusammensetzen.

Die „Landwirtschaft“ beteiligt sich am Wirtschaftssystem mit der Produktion von Gütern und Dienstleistungen, wie in Abbildung 1 dargestellt.



**Abbildung 1:** Materielle und immaterielle Leistungen der multifunktionalen Landwirtschaft (Delling & Boland, S. 353)

Neben diesen direkten Leistungen wird auch von indirekten Wirkungen der „Landwirtschaft“ auf das Wirtschaftssystem durch Leistungen des vor- und nachgelagerten Sektors bzw. des Tourismus ausgegangen.

Untersuchungsgegenstand des Forschungsvorhabens sind die Einstellungen und Erwartungen der Gesellschaft (als abstraktes soziales System) an die „Landwirtschaft“ als Teil des Wirtschaftssystems im Bereich der Produktion von Gütern und Dienstleistungen sowie das Ausmaß an Bewusstheit (der Gesellschaft) für die Bedeutung der indirekten Wirkungen und der Lebensraumgestaltung

Die Differenzierung der befragten Personen, die das abstrakte System Gesellschaft repräsentieren, erfolgt primär aufgrund ihrer Grundeinstellung zu Naturschutz, Tierschutz und Nachhaltigkeit. Bereits 1990 wurde von Pongratz eine zweiseitige Entwicklung im Ernährungsverhalten von Menschen ausgemacht. Auf der einen Seite identifiziert er die steigende Forderung nach hoher Qualität und Wertschätzung der Nahrung, auf der anderen Seite sieht er Gleichgültigkeit und den Wunsch nach billiger, einfacher und schneller Nahrung, wie sie Großmarktketten und Fast-Food-Läden liefern (vgl. Pongratz, 1990, S. 26). Mit verschiedenen modernen Ernährungsströmungen (vegan, vegetarisch, paleo, etc.), die inzwischen weit mehr darstellen als ein bloßes Nischendasein, hat sich diese Entwicklung in zwei diametral verschiedenen Richtungen noch weiter verstärkt. Vertrauen in landwirtschaftliche Produktion ist vor allem dort notwendig, wo ein hohes Anspruchsdenken vorherrscht.

Im Rahmen dieser Untersuchung wird Vertrauen als Vertrauen in abstrakte Systeme bzw. in Institutionen verstanden, was im Gegensatz zum persönlichen Vertrauen nicht direkt auf dem Verhalten und Handeln von Personen basiert, sondern auf der Leitidee, den Wertvorstellungen und den Leistungen der Organisation (vgl. Engel, 2007, S. 502; vgl. Endress, 2002, S. 59). Es wird darauf vertraut, „dass sich das Handeln auch unbekannter Personen in allen denkbaren und nicht vorhersehbaren Situationen an genau diesen Wertvorstellungen orientiert [...]“ (Endreß, 2002, S. 59).

Nach Luhmann (2014) ist Vertrauen für das Entscheiden zwischen Handlungsalternativen erforderlich. Vertrauen wird in solchen Situationen als Mechanismus der Überbrückung von Wissens- bzw. Informationsgrenzen verstanden (vgl. Endreß, 2002, S. 31f).

In Zusammenhang mit der österreichischen Landwirtschaft stellt sich das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in zwei Dimensionen dar. Zunächst ist das Vertrauen in die österreichische Landwirtschaft an sich wichtig. Dazu zählt das Zusammenspiel von Produktionsstandards, gesetzlichen Rahmenbedingungen, Lebensmittelkontrolle, Gütesiegel und Rechtschaffenheit der Betriebsführerinnen und Betriebsführer. Zusätzlich ist das Vertrauen in konkrete Marken, Betriebe und Personen eine Basis für klare Konsumentenentscheidungen in Richtung österreichischer Produkte und Leistungen.

Eine deutsche Studie ging 2013 im Auftrag der Stiftung Westfälische Landwirtschaft in Münster der Frage nach, welche Erwartungen die die Gesellschaft als abstraktes soziales System an das Teilsystem Landwirtschaft hat. Ausgangsannahme dieser Untersuchung ist die Situation, dass die meisten Bürgerinnen und Bürger die Realität der landwirtschaftlichen Arbeits- und Wirtschaftsweisen kaum bis gar nicht kennen. Vorstellungen bilden sich häufig aus Kinderbüchern, Filmen und Werbebotschaften, die allesamt in den Köpfen der Menschen eine besondere Idylle vorgaukeln und diese Menschen dann durch Fernsehberichte zur heutigen Nutztierhaltung besonders verstört werden. Die Autorinnen und Autoren sehen auch einen intrapersonalen Konflikt „zwischen dem Wunsch nach kleinen, traditionellen Produktionseinheiten einerseits und nach preisgünstigen Lebensmitteln andererseits.“ (Zander, et. al., 2013, S. 1). Die Autorinnen und Autoren gehen von einer soziodemographischen Abhängigkeit des Abwägens zwischen den beiden Positionen aus. Einkommen, Bildungsgrad und allgemeine Werthaltung werden als wahrscheinliche Einflussfaktoren vermutet. Als Ziel der Untersuchung wird deshalb das Identifizieren von „einem breiten Spektrum an sehr unterschiedlichen Erwartungen“ (Zander, et. al. 2013, S. 1) angegeben.

Für die Untersuchung wurden drei Bereiche ausgewählt: Agrarstrukturwandel, Schweinehaltung und Biogas-Erzeugung. In einem ersten Schritt wurden gängige Meinungen und Argumente gegenüber den jeweiligen Themen mittels Gruppendiskussionen erhoben und diese in einem zweiten Schritt für die Erstellung eines Online-Fragebogens herangezogen. Dieser ergibt, dass „die Befragten einen besonders großen Änderungsbedarf beim verantwortungsvollen Umgang mit Tieren und den Produktionsfaktoren im Allgemeinen [technischem Fortschritt gegenüber hat sich eine ablehnende Haltung gezeigt, ebenso gegen große landwirtschaftliche Betriebe] sahen.“ (Zander, et. al., S. 4) Über die Hälfte der Befragten stimmte der Aussage zu, dass die Tierhaltung vor 50 Jahren besser gewesen und die Tierhaltung in kleinen Betrieben besser sei als in großen Betrieben.“ (Zander, et. al., 2013, S. 75) Darüber hinaus erwarten die Deutschen von ihren Landwirtinnen und Landwirten, dass „sie umweltbewusster als bisher wirtschaften und auf Gentechnik verzichten.“ (Zander, et. al., 2013, S. 5) Besonders positiv wurde der Beitrag der Landwirtschaft zum Landschaftsbild und die Bedeutung der Landwirtschaft für die Lebensmittelproduktion gesehen (vgl. Zander, et al., 2013, S. 76).

Auch auf Seiten der Landwirtschaft und der Landwirtschaftskammer in ihrer Funktion als gesetzliche Interessensvertretung wird der Wunsch nach einem konstruktiven Dialog immer lauter. Ziel der Arbeit ist es wechselseitige Erwartungen und Hoffnungen, Ängste und Fehleinschätzungen zu erheben, Möglichkeiten eines konstruktiven Zusammenlebens zu fördern und die Entwicklung des oben genannten Vertrauens zu unterstützen. Gemeint sind damit Bereiche wie Einhaltung der versprochenen Standards, Transparenz in der Produktion, der Be- und Verarbeitung sowie der Vermarktung, Herkunftsgarantie, Umwelt- und Tierschutz, nachhaltiges und innovatives Wirtschaften, Einhalten von sozialen Standards, Sicherstellung der Lebensmittelversorgung und Bewahren von regionalen Spezialitäten, Sorten und Arten.

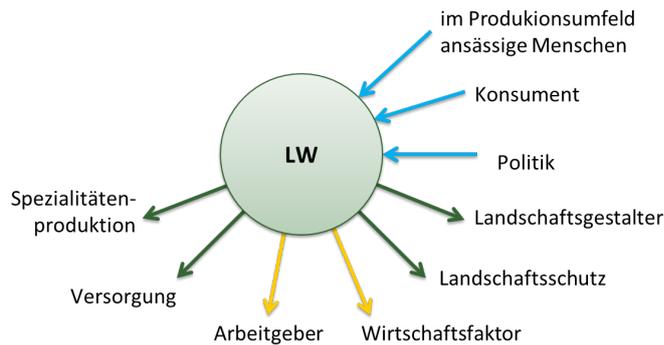


Abbildung 2: Spannungsfeld Landwirtschaft (Payrhuber & Kaipel eigene Darstellung 2016)

## 2.1. Beratung als Vermittlungsinstanz

Die Ausbildung der zukünftigen Beraterinnen und Berater umfasst neben den fachlichen Qualifikationen zur land- und forstwirtschaftlichen Unternehmensführung, zur landwirtschaftlichen Produktion, Weiterverarbeitung und Erwerbskombination auch Kompetenzen, die über das rein fachliche Wissen hinausgehen. Dazu gehören neben kommunikativen, sozialen und beraterisch-pädagogischen Aspekten insbesondere das Kennen von bestehenden sowie das Erkennen von neuen Entwicklungsperspektiven für landwirtschaftliche Betriebe. Zum Erkennen von Entwicklungsperspektiven gehört es auch eine objektive Gesellschaftssensibilität zu entwickeln. Nur wer offen ist für die Wertvorstellungen, Wünsche und Ansprüche der Konsumentinnen und Konsumenten, kann in einen sinnvollen Dialog treten und auf die Situation reagieren.

## 3. Ausbildung von Beraterinnen und Beratern

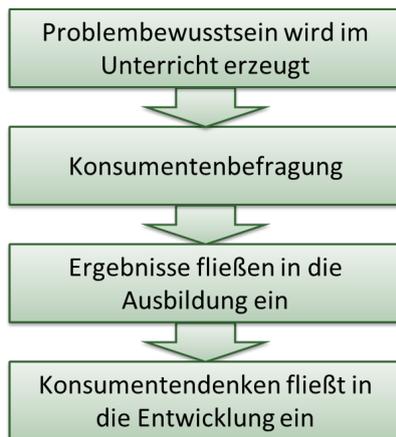
Im Unterschied zur reinen Fachkraft oder einer Datenbank bedeutet Professionalität, dass eine Beraterin und ein Berater, neben der Fachkompetenz, auch über persönliche, soziale und methodische Kompetenzen verfügt (vgl. Hauser, 2012, S. 19).

Im Rahmen der beratungswissenschaftlichen Lehrveranstaltungen an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik befassen sich die Studierenden mit den systemischen Einflüssen der Gesellschaft auf das Handeln in der Land- und Forstwirtschaft und dem sich daraus ergebenden Kontext für den Beratungsprozess. Sie lernen damit verbundene Zielkonflikte und Widersprüche zu erkennen und im Beratungsprozess reflexiv zu bearbeiten (vgl. Frenz, Unger & Schlick, 2011, S. 10f).

Zur Sensibilisierung für die gesellschaftlichen Anforderungen und um einen offenen Umgang zu fördern, der das Berücksichtigen von Konsumentenwünschen als Chance sieht, wurden die Studierenden in die Erhebung zum Konsumentendenken mit einbezogen.

Die Bandbreite an Werthaltungen, Einstellungen, Wissen und Erwartungen wurde in der Lehre aufgegriffen. Die Studierenden haben die Fragebögen erhoben, wodurch der Mehrwert eines Dialogs zum Thema erzielt wurde.

Die Ergebnisse der Studie fließen wieder in den Unterricht ein. So wird ein objektives Bild über tatsächliche Vorstellungen der Konsumentinnen und der Konsumenten vermittelt. Die subjektiven Zuschreibungen der in die Landwirtschaft involvierten Personen können so hinterfragt und relativiert werden.



**Abbildung 3:** Ausbildung von Beraterinnen und Beratern (Payrhuber & Kaipel eigene Darstellung 2016)

Durch diese dynamische Verknüpfung von Lehre und Erhebung wird das Prinzip der forschungsgeleiteten Lehre umgesetzt und für einen transparenten und aktuellen Erfahrungs- und Erkenntnisgewinn der Studierenden genützt.

## 4. Befragung

### 4.1. Erkenntnisinteresse

Ziel der Studie ist es, den wahrgenommenen IST-Zustand und die Erwartungen von österreichischen Konsumentinnen und Konsumenten und von im Produktionsumfeld ansässigen Menschen an die Landwirtschaft zu analysieren. Mit Hilfe einer Fragebogenerhebung sollen Grundeinstellungen zu Natur- und Tierschutz mit Konsumentenwünschen und der eigenen wahrgenommenen Verantwortung als Konsument und Konsumentin in Zusammenhang gebracht werden, um auftretende Phänomene (besser) erklären zu können. Dazu wird auch erhoben, worauf der Konsument und die Konsumentin beim Einkauf achten (Herkunft, Gütesiegel, biologische Produktion, Frische, etc.), um ein umfassendes Bild von den vorhandenen Einstellungen zum Kaufverhalten zeichnen und Zusammenhänge zwischen den einzelnen Komponenten Konsumententypen identifizieren zu können. Die Ergebnisse sollen helfen, den Dialog zwischen Landwirtschaft, Konsumentinnen und Konsumenten sowie im landwirtschaftlichen Produktionsumfeld ansässigen Menschen konstruktiv zu gestalten.

### 4.2. Methode

Die Studie wurde mittels quantitativem Fragebogen schriftlich durchgeführt. Obwohl der Zugang zum Thema grundsätzlich explorativ war, wurde die Item-Generierung durch die Ergebnisse der Erhebung von OeKonsult (2013) und Zander (2013) ergänzt. Darüber hinaus fanden sich Indikatoren für eine Bewertung der Landwirtschaft aus Sicht der Gesellschaft in Gruppendiskussionen, die mit Gruppen von Landwirtinnen und Landwirten und einer Gruppe von projektverantwortlichen Beraterinnen und Beratern zum Thema Beratungsbedarf in der Unternehmensführung durchgeführt wurden.

#### 4.2.1. Stichprobe

Die Studierenden aus verschiedenen fachbezogenen Lehrveranstaltungen wurden aufgefordert je drei Fragebögen mündlich zu erheben. Die Auswahlkriterien für die Probanden und Probandinnen waren, dass weibliche und männliche Befragte verschiedener Altersgruppen und Personen mit und ohne Bezug zur Landwirtschaft erhoben werden mussten. Als Bezug waren familiäre Beziehungen zu Landwirtschaftsbetrieben oder zu Veredelungs- bzw. Verarbeitungsbetrieben zu verstehen.

Insgesamt konnten so 323 vollständige Fragebögen generiert werden.

### 4.3. Auswertung:

#### 4.3.1. Beschreibung der Stichprobe

**Geschlecht:**

Die Verteilung zwischen weiblichen (175) und männlichen (144) Befragten ist ausgewogen, ebenso die Altersverteilung zwischen weiblichen und männlichen Befragten wie auch die Abbildung 4 (Alter in Kategorien\*Geschlecht) zeigt.

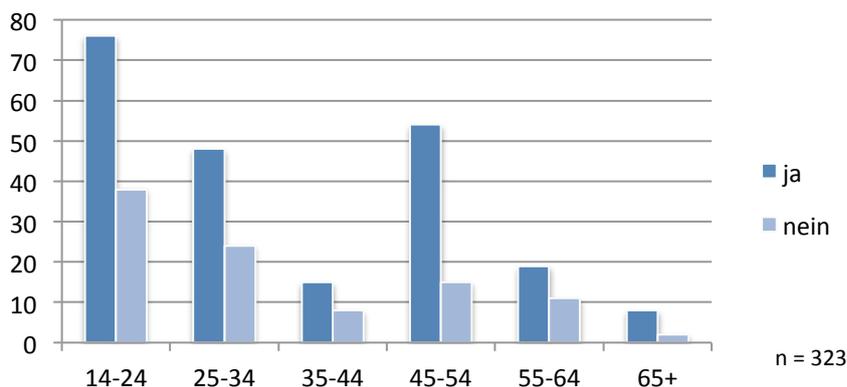
**Alter:**

Vergleicht man den Altersdurchschnitt der Befragten mit dem Österreichschnitt, so sind die Befragten etwas jünger als der von Statista für das Jahr 2016 ausgewiesene Altersmedian für Österreich von 42,3.

Geschlecht	Mittelwert	Standardabweichung
weiblich	34,37	14,579
männlich	36,13	15,934
gesamt (n = 323)	35,16	15,206

**Tabelle 1:** Alter in Jahren (Mittelwert)

Betrachtet man die Altersverteilung in Kategorien, so zeigt sich ein Einbruch bei den 35-45-jährigen, der sich durch die Erhebungsform erklären lässt.



**Abbildung 4:** Alter in Kategorien\*Geschlecht

**Bildung:**

Die Verteilung der Schulabschlüsse zeigt ein etwas höheres Bildungsniveau als im Bevölkerungsdurchschnitt, was wieder der Erhebungsform geschuldet ist.

	Häufigkeit	gültige Prozente
Pflichtschule	23	7,2
Lehrabschluss	66	20,7
landwirtschaftliche Fachschule	34	10,7
Matura	95	29,8
Meisterprüfung	21	6,6
landwirtschaftliche/forstwirtschaftliche höhere Schule	42	13,2
Universitätsabschluss	30	9,4
BOKU-Abschluss	8	2,5
gesamt	319	100,0
keine Angabe	4	
gesamt	323	

**Tabelle 2:** Schulbildung

#### 4.3.2. Bezug zur Landwirtschaft

Neben der Ausbildung ist auch relevant, welchen Bezug die beruflichen Tätigkeiten der Befragten zu Landwirtschaft, Landschaftsgestaltung, Lebensmittelproduktion und ökologischen Berufsfeldern haben.

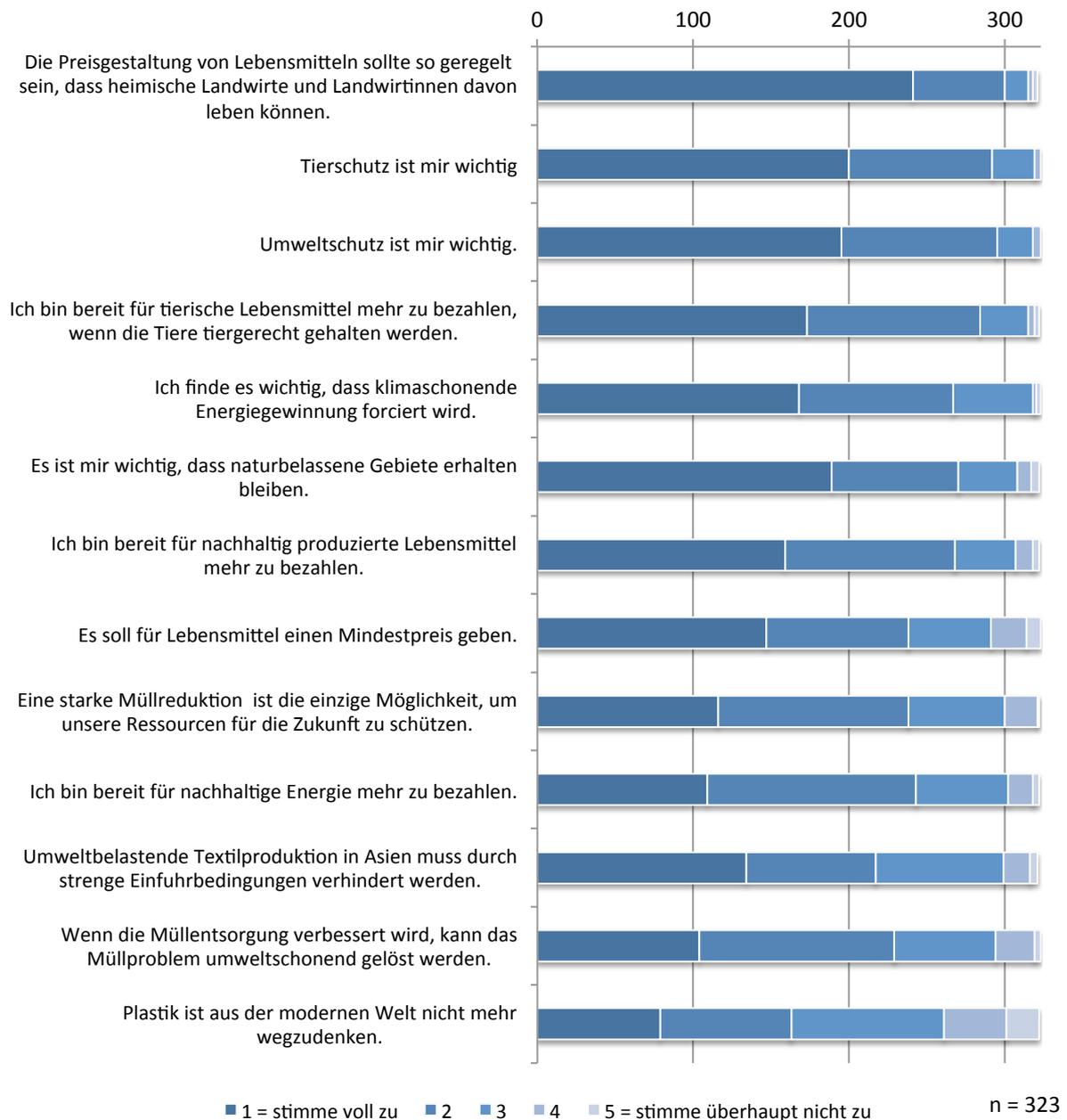
Die Tabelle 3 zeigt einen hohen Anteil von Personen, die beruflich mit ökologischen Themen, nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweisen oder mit Lebensmitteln befasst sind, was für die Auswertung der Einstellungen und Wünsche ein Vergleichskriterium darstellen muss.

	ja		nein		gesamt
	Häufigkeit	gültige Prozente	Häufigkeit	gültige Prozente	
Haben Sie mit Themenbereichen der nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweise zu tun?	133	43,2	175	56,8	308
Haben Sie beruflich mit ökologischen Themen zu tun?	124	39,9	187	60,1	311
Sind Sie beruflich im Bereich Lebensmittelproduktion, Lebensmittelbe- und -verarbeitung tätig?	100	31,4	218	68,6	318
Sind Sie beruflich im Bereich der Landschaftsplanung, Landschaftsgestaltung, Landschaftspflege tätig?	77	24,8	234	75,2	311
Sind Sie beruflich im Bereich Landschafts- oder Naturschutz tätig?	53	17,3	254	82,7	307

**Tabelle 3:** Beruflicher Bezug zu Landwirtschaft, Lebensmittelproduktion und ökologischen Arbeitsbereichen

#### 4.3.3. Grundeinstellung zu Natur, Tierschutz und Nachhaltigkeit

Werthaltungen und Einstellungen der Gesellschaft zu kennen ist für eine weitere Analyse ihres Konsumverhaltens und ihrer politischen Haltung von besonderer Bedeutung. In diesem Frageblock wurden die verschiedenen Themenbereiche, die die Schnittstellen zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft ausmachen, abgefragt. Die Befragten sollten auf einer 5-stufigen Skala angeben wie sehr sie den jeweiligen Aussagen zustimmen (1=stimme voll zu; 5=stimme überhaupt nicht zu).



**Abbildung 5:** Grundeinstellung gereiht nach Zustimmung

Reiht man die Aussagen nach dem Grad der Befürwortung, so stehen Preise von Lebensmitteln, die geregelt sein sollen, Tierschutz und Umweltschutz an den obersten Stellen (vgl. Abbildung 5). Diese hohe Priorisierung entsteht auch durch die besonders hohe Zustimmung der jüngeren Altersgruppen, wie die Abbildung 6 zeigt. Die besondere Wichtigkeit von Tierschutz und Umweltschutz entspricht auch den deutschen Ergebnissen von Zander, et. al., (2013).

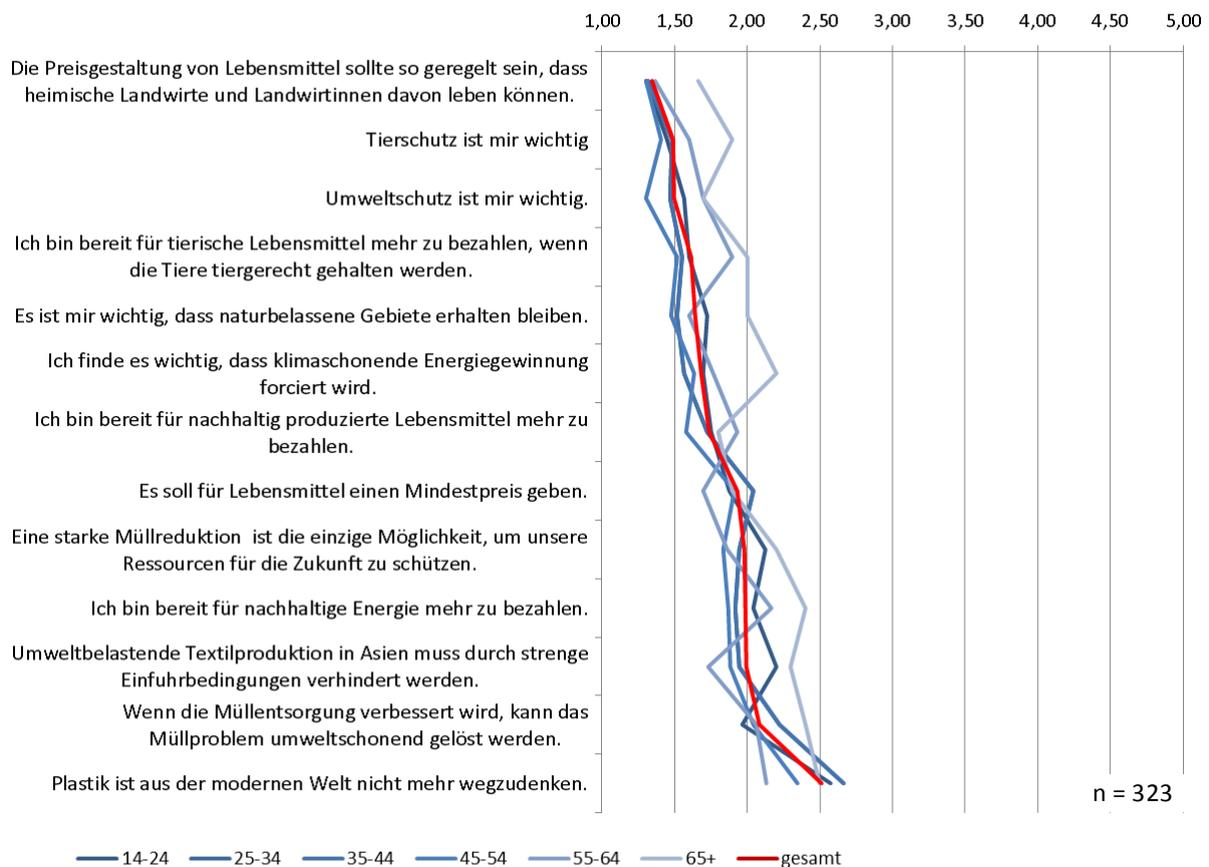
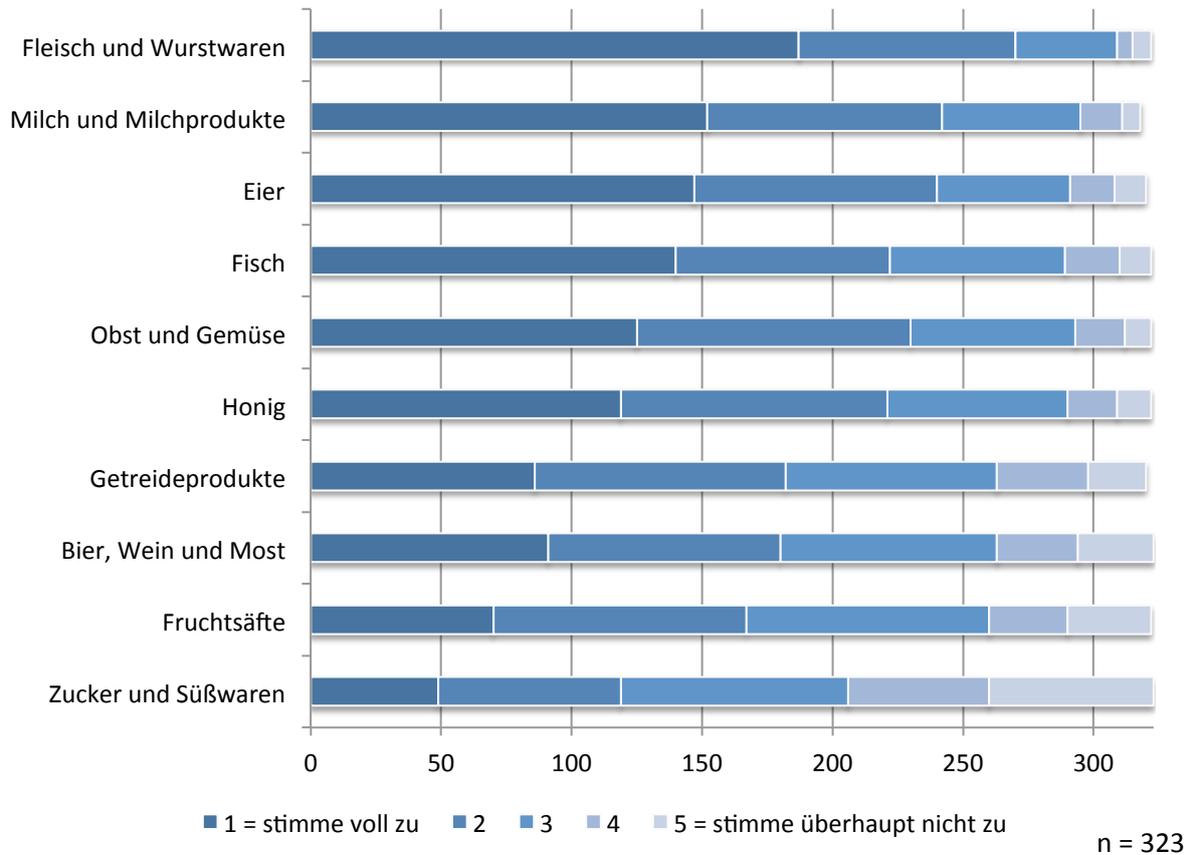


Abbildung 6: Grundeinstellungen nach Alterskategorien

#### 4.3.4. Wahrgenommene Unterschiede zwischen in- und ausländischer Produktion

Vergleicht man verschiedene Produktgruppen nach dem wahrgenommenen Qualitätsunterschied zwischen in- und ausländischen Produkten, so wird dieser bei tierischen Produkten eindeutig größer wahrgenommen als bei nichttierischen Produkten. (vgl. Abbildung 7)



**Abbildung 7:** Rangreihung der wahrgenommenen Unterschiede

Unterscheidet man die Rangreihung nach den Alterskategorien, zeigt sich, dass die älteren Gruppen besonders bei Eiern, Fisch und Honig einen noch größeren Unterschied erwarten als die jüngeren Gruppen.

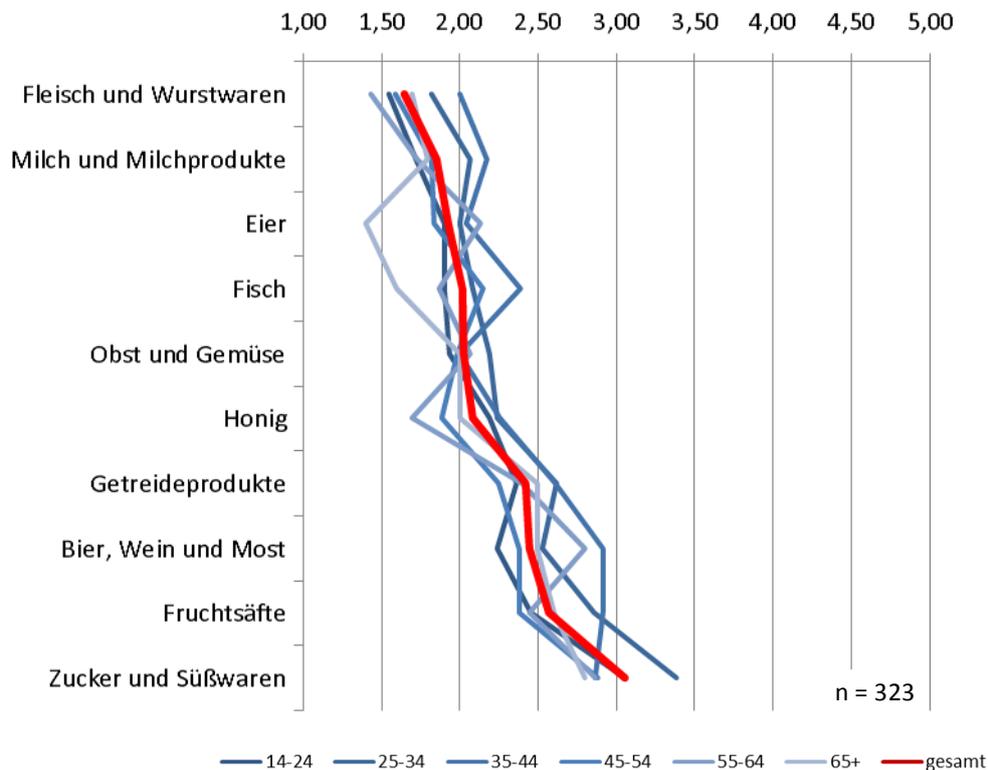


Abbildung 8: Rangreihung der wahrgenommenen Unterschiede nach Alterskategorien

#### 4.3.5. Einschätzung von Landwirtschaft für ausgewählte Bereiche

Eine der Kernfragen der Studie war, wie die österreichische Landwirtschaft von der österreichischen Bevölkerung wahrgenommen und beurteilt wird. Dazu wurden drei Themenbereiche genauer abgefragt: Umwelt, Lebensmittelproduktion und Wirtschaft.

##### Umwelt

Die Befragten wurden gebeten, verschiedene Aussagen zum Thema „Landwirtschaft und Umwelt“ danach zu bewerten wie sehr sie der jeweiligen Aussage zustimmen. Wobei 1= *stimme voll zu* bis 5= *stimme überhaupt nicht zu* bedeuten.

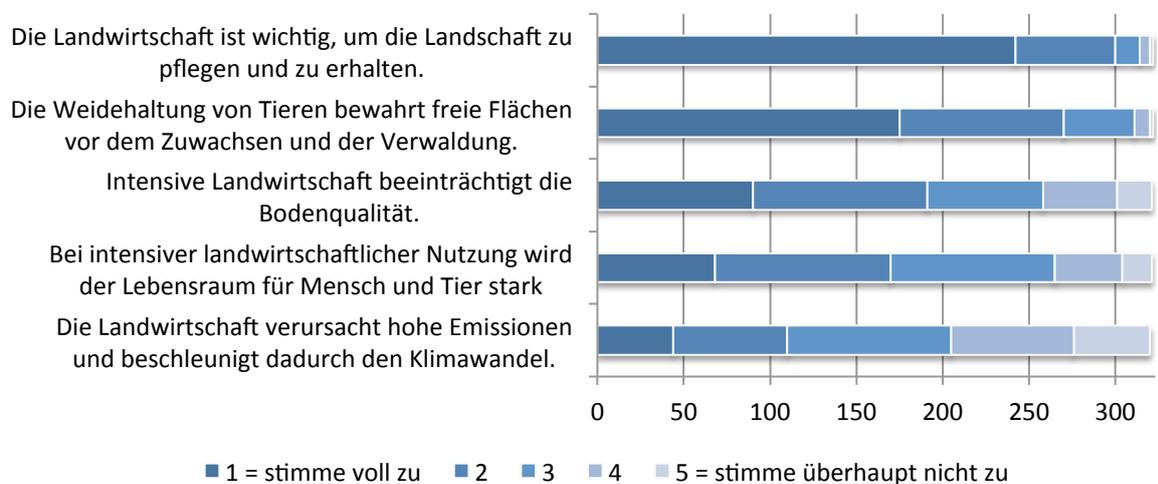
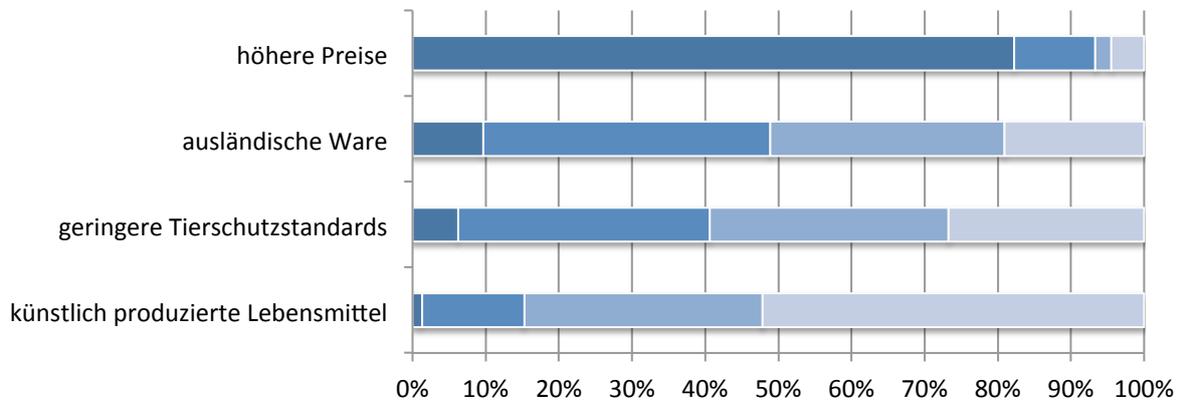


Abbildung 9: Bewertung von Landwirtschaft in Bezug auf die Umwelt

In einer ergänzenden Frage wurden die Befragten gebeten eine Rangreihung möglicher Folgen, für den Fall, dass die Förderung der österreichischen landwirtschaftlichen Produktion stark reduziert würde, vorzunehmen. Wobei 1 = die bevorzugte Folge wäre und 4 = die am wenigsten gewünschte Folge.



n = 323

**Abbildung 10:** Einschätzung von bevorzugten Folgen einer hypothetischen Förderreduktion

Die

Abbildung 10 zeigt überraschender Weise eine klare Priorisierung von höheren Preisen, die den Befragten auf jeden Fall selber treffen würden. Ausländische Ware, geringere Tierschutzstandards oder künstlich produzierte Lebensmittel haben deutlich weniger Zustimmung. Dieses Ergebnis steht in Konkurrenz zu der Annahme, dass der Konsument und die Konsumentin zwar heimische oder regionale Ware mit hoher Qualität, produziert mit höchsten Tierschutzstandards und ohne Pflanzenschutz, möchte, dabei aber nicht bereit ist einen höheren Preis zu bezahlen.

Wie in der deutschen Studie von Zander et. al. (2013) sehen die Befragten die Landwirtschaft zum Pflegen und Erhalten unserer Landschaft und des Landschaftsbildes für sehr wichtig. Die volle Zustimmung liegt bei 75,2 %. Damit einher geht die Aussage zur Weidehaltung von Tieren, die freie Flächen vor dem Zuwachsen bewahrt mit einer vollen Zustimmung von 54,2%. Die Sorge, ob Landwirtschaft hohe Emissionen verursacht und ob bei intensiver landwirtschaftlicher Nutzung der Lebensraum für Mensch und Tier stark beeinträchtigt wird, ist sehr unterschiedlich ausgeprägt. Die Antwortbalken (vgl. Abbildung 9) verdeutlichen diese starke Streuung bezüglich dieser beiden möglichen Sorgen.

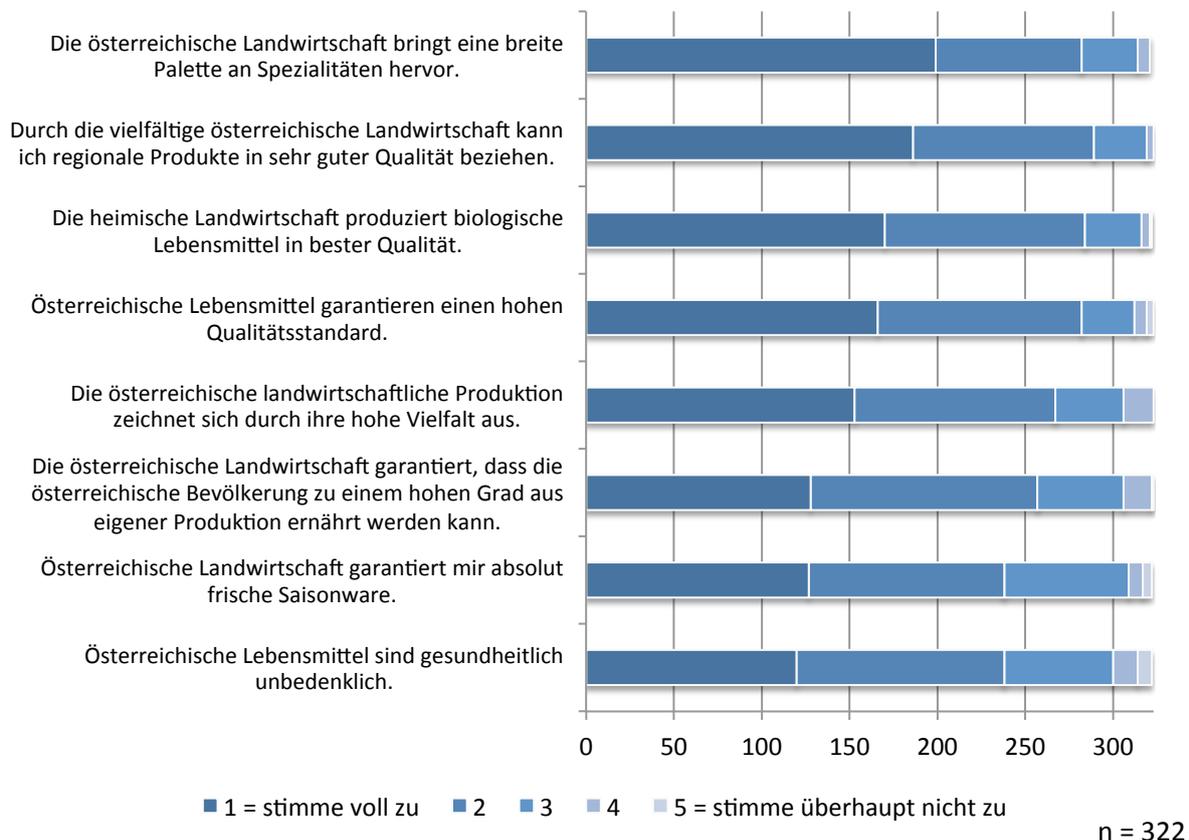
Demographische Unterschiede der Befragten wie das Alter, das Geschlecht oder der Bildungsgrad spielen bei der Einschätzung keine Rolle. Der landwirtschaftliche Bezug der Befragten jedoch schon. Hat jemand Landwirtinnen und Landwirte im persönlichen Umfeld (in der weiteren Familie oder im Freundeskreis), so ist die Zustimmung bei manchen Aussagen hoch signifikant ( $p = ,000$ ; ANOVA) höher als wenn kein persönlicher Bezug vorhanden ist. Z.B. liegt die Zustimmung zur Aussage „Die Landwirtschaft ist wichtig um die Landschaft zu pflegen und zu erhalten“ – mit der höchsten Zustimmung in diesem Fragenkomplex – bei Personen ohne landwirtschaftlichen Bezug bei einem Mittelwert von 1,7 (erhoben auf einer 5-stufigen Skala wobei 1 die höchste Zustimmung bedeutet), bei Personen mit landwirtschaftlichen Bezug bei 1,45 und bei Personen deren Eltern eine Landwirtschaft betreiben bei 1,18 (aktive Landwirtinnen und Landwirte wurden nicht befragt). Dieser hoch signifikante Unterschied ( $p = ,000$ ; ANOVA) in der Größenordnung von etwa einem halben Skalenpunkt wiederholt sich bei der Aussage, dass Weidehaltung von Tieren freie Flächen vor dem Zuwachsen oder Verwalden bewahrt.

Bei der Aussage, dass Landwirtschaft hohe Emissionen verursache und dadurch den Klimawandel beschleunige, tritt der Zusammenhang umgekehrt auf. Personen mit landwirtschaftlichem Bezug glauben hoch signifikant nicht, dass dies so ist ( $p = ,002$ ; ANOVA), wobei diese Aussage ohnehin insgesamt die geringste Zustimmung erhalten hat.

Die beiden Aussagen, dass durch intensive landwirtschaftliche Nutzung der Lebensraum der Menschen oder die Bodenqualität beeinflussen würde, unterschieden sich Personen mit und ohne landwirtschaftlichen Bezug nicht signifikant voneinander.

## Lebensmittel

Hier wurden die Befragten gebeten, verschiedene Aussagen zum Thema „Österreichische Lebensmittel“ danach zu bewerten wie sehr sie der jeweiligen Aussage zustimmen. Wobei wieder 1 = *stimme voll zu* bis 5 = *stimme überhaupt nicht zu* bedeuten.



**Abbildung 11:** Bewertung von Landwirtschaft in Bezug auf die Lebensmittelproduktion

Besondere Zustimmung erfahren die Aussagen „Die österreichische Landwirtschaft bringt eine breite Palette an Spezialitäten hervor.“ mit einer vollen Zustimmung von 61,6% und „Durch die vielfältige österreichische Landwirtschaft kann ich regionale Produkte in sehr guter Qualität beziehen.“ mit einer vollen Zustimmung von 57,6%. Auch der Qualitätsstandard von österreichischen Lebensmitteln und besonders von österreichischen Bio-Lebensmitteln wird als sehr hoch eingeschätzt. Bei der Einschätzung einer Versorgungsgarantie von Lebensmitteln, von absolut frischer Saisonware und gesundheitlicher Unbedenklichkeit zeigen sich, wenn auch in einem sehr geringen Ausmaß, Gegenstimmen die nicht dieser Meinung sind, wie die Abbildung 11 sehr gut zeigt.

Wie beim vorhergehenden Aussagenkomplex zur Umwelt, haben sich auch bei den Aussagen rund um die Lebensmittelproduktion keine Alters-, Geschlechts-, oder Bildungseffekte gezeigt.

Die Aussagen, dass in Österreich produzierte Lebensmittel gesundheitlich unbedenklich seien ( $p = ,001$ ; ANOVA), dass durch die vielfältige österreichische Landwirtschaft regionale Produkte in sehr guter Qualität beziehbar seien ( $p = ,000$ ; ANOVA), dass die österreichische Landwirtschaft eine breite Palette an Spezialitäten hervorbringe ( $p = ,000$ ; ANOVA), die heimische Landwirtschaft biologische Lebensmittel in bester Qualität produziere ( $p = ,000$ ; ANOVA) und die österreichische Landwirtschaft garantiere, dass die Bevölkerung zu einem hohen Grad aus eigener Produktion ernährt werden könne ( $p = ,006$ ; ANOVA) und dass sich die österreichische Landwirtschaft durch ihre hohe Vielfalt auszeichne ( $p = ,002$ ; ANOVA), werden auch hier von Personen mit landwirtschaftlichen Bezug mit ca. einem halben Skaleneinheit besser bewertet als Personen ohne landwirtschaftlichem Bezug.

## Wirtschaft

Hier wurden die Befragten gebeten, verschiedene Aussagen zu Themenbereichen rund um wirtschaftliche Bereiche, die im engen Zusammenhang oder in direkter Abhängigkeit zur österreichischen Landwirtschaft stehen, danach zu bewerten wie sehr sie der jeweiligen Aussage zustimmen. Wobei wieder 1 = *stimme voll zu* bis 5 = *stimme überhaupt nicht zu* zu bedeuten.

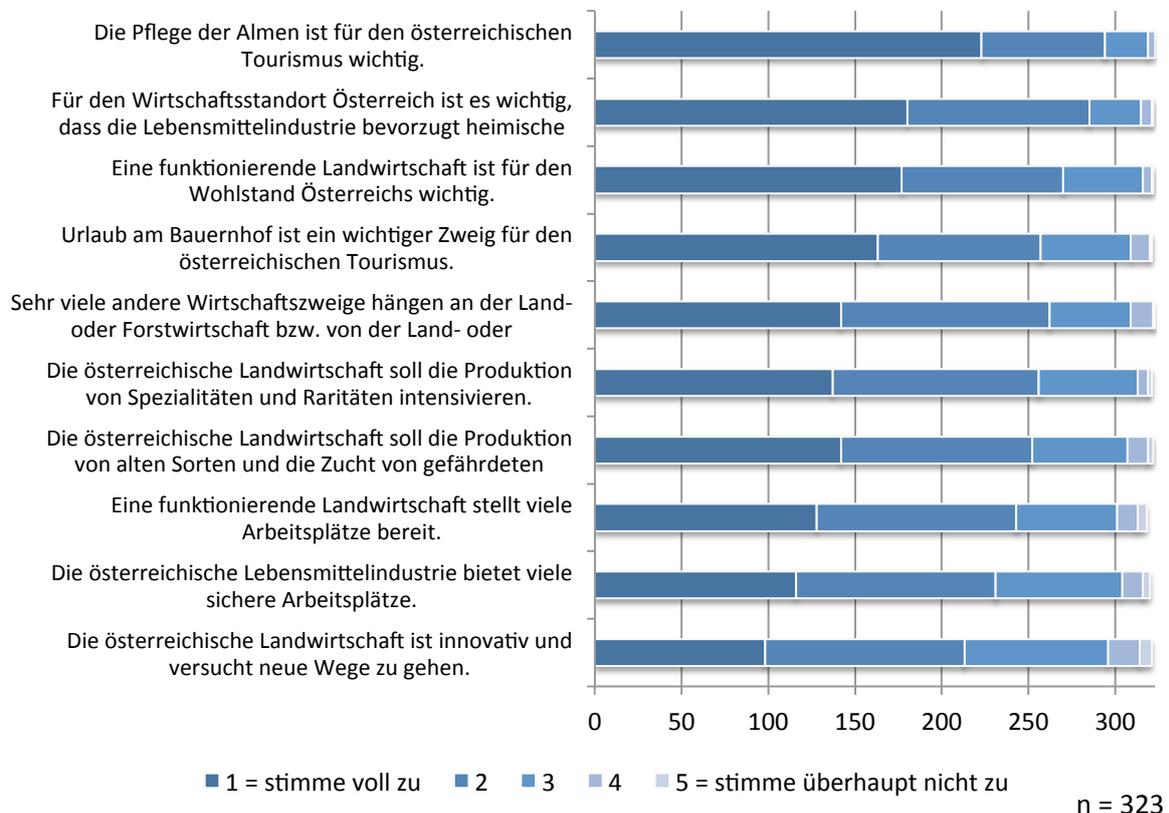


Abbildung 12: Bewertung von Landwirtschaft in Bezug auf gesamtwirtschaftliche Bereiche

An erster Stelle wird hier die Pflege der Almen genannt, die für den österreichischen Tourismus mit einer vollen Zustimmung von 69% als besonders wichtig erachtet wird. Ebenso wird für die Verwendung von heimischen Produkten in der Lebensmittelindustrie für den Wirtschaftsstandort Österreich als sehr relevant erachtet (volle Zustimmung von 55,7%). Annähernd gleich wichtig wird eine funktionierende Landwirtschaft für den Wirtschaftsstandort Österreich eingestuft (volle Zustimmung von 54,8%).

Bei der Bewertung der Arbeitsplätze in und durch Landwirtschaft werden die Einschätzungen der Befragten schon deutlich vorsichtiger. An letzter Stelle steht in dieser Einschätzungsliste der Innovationsgehalt der österreichischen Landwirtschaft.

Die im Vergleich zu den anderen Items geringere Zustimmung zur Aussage „Die österreichische Landwirtschaft ist innovativ und versucht neue Wege zu gehen.“ zeigt, dass dem landwirtschaftlichen Sektor nur bedingt Innovationskraft zugesprochen wird. Das liegt möglicherweise daran, dass Innovationen in der Landwirtschaft häufig außerhalb der landwirtschaftlichen Betriebe von öffentlichen wissenschaftlichen Institutionen oder von der vorgelagerter Industrie entwickelt und über Vermittler, insbesondere über Beratungsdienste, den landwirtschaftlichen Betrieben nähergebracht werden (OECD 2013, 14).

Innovation ist daher eine der sechs Prioritäten im aktuellen Programm für die ländliche Entwicklung. In den letzten Jahren wurde im Rahmen der Europäischen Innovationspartnerschaft für landwirtschaftliche Produktivität und Nachhaltigkeit (EIP-Agri) die Möglichkeit geschaffen, Innovationsprojekte umzusetzen, die einem partizipatorischen und interaktiven Prozess der Wissensgenerierung und des Wissenstransfers verpflichtet sind. Das bedeutet, dass Landwirtinnen und Landwirte in den Innovationsprozess unmittelbar eingebunden sind und gemeinsam mit Forschern und Forscherinnen sowie anderen Akteuren und Akteurinnen ein Netzwerk des gegenseitigen Wissensaustausches bilden. Von den im Rahmen von EIP-Agri angestoßenen Projekten sollen zahlreiche Innovationsimpulse ausgehen.

Über diese speziellen Projekte hinaus ist das Thema Innovation im agrarischen Bildungs- und Beratungssektor allgegenwärtig. Innovation wird als Schlüsselfaktor bei der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Land- und Forstwirtschaft gesehen. Die Rolle der Beratungspersonen kann in Bezug auf die Ausweitung der Innovationsaktivitäten in der Landwirtschaft sehr vielseitig sein. Neben der Beratung können sie als Initiatoren/Initiatorinnen, Ideengeber/Ideengeberin, Multiplikatoren/Multiplikatorinnen, Moderatoren/ Moderatorinnen, Vermittler/Vermittlerinnen, Fachexperten/Fachexpertinnen, Organisatoren/ Organisatorinnen, als Bindeglied zwischen Wissenschaft und Praxis, als Unterstützung in administrativen Angelegenheiten ... etc. in Erscheinung treten.

Die Konsumentinnen und Konsumenten sind ein wichtiger Teil des Innovationssystems. Von ihnen ist der Erfolg verschiedener Innovationen abhängig. Entwicklung und Umsetzung von neuen Ideen sollte immer unter Berücksichtigung der entsprechenden Informationen zum Bedarf, zur Akzeptanz und der Bereitschaft, die entsprechenden Preise zu bezahlen, passieren.

Bereits für die Ausbildung zukünftiger Beraterinnen und Berater ist es wichtig, für den Kunden/die Kundin bzw. die Zielgruppe immer mitzudenken und jede Machbarkeitsprüfung am aktuellen Kundenbedarf orientiert zu gestalten und in weiterer Folge die Kommunikation über die neuen Angebote zielgruppengerecht aufzubereiten. (vgl. Scarabis & Florack, 2007, S. 420)

#### 4.3.6. Gesellschaftliche Einschätzung der Zukunft von Landwirtschaft

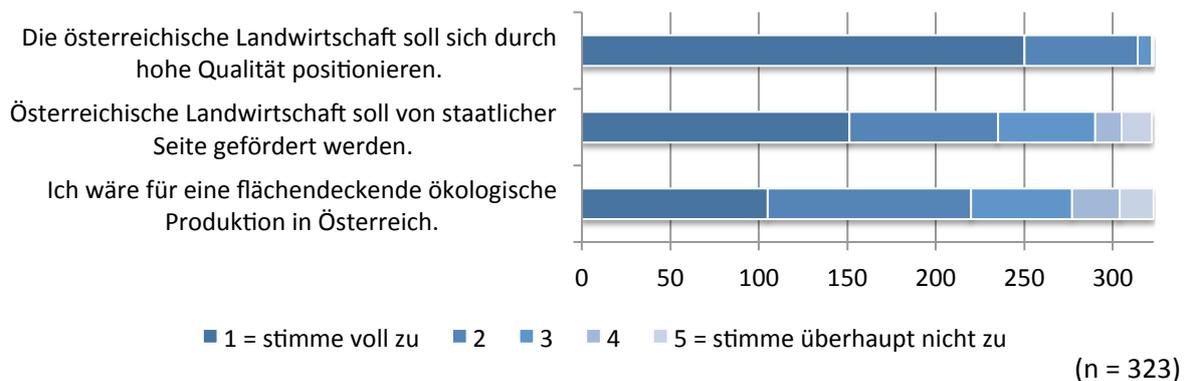


Abbildung 13: Zukunftswünsche für die Entwicklung von Landwirtschaft

Die Befragten wurden gebeten, drei Aussagen über die Entwicklung von landwirtschaftlicher Produktion danach zu bewerten, wie sehr sie der jeweiligen Aussage zustimmen. Wobei wieder 1 = *stimme voll zu* bis 5 = *stimme überhaupt nicht zu* bedeuten.

Dabei zeigt sich eine klare Richtungsvorgabe, die die Positionierung der österreichischen Landwirtschaft durch hohe Qualität in den Vordergrund rückt. Bei der staatlichen Förderung zeigt sich ein deutlich unentschlosseneres Bild wie Abbildung 13. Die flächendeckende ökologische Produktion wird mit noch mehr Streuung eingestuft.

Untermuert wird dieses Ergebnis mit der Aussage, dass 91,9% der Befragten angeben, dass sie auf die österreichische Herkunft der von Ihnen gekauften Lebensmittel achten (vgl. Tabelle 4). Daraus kann man nicht schließen, dass nur österreichische Produkte gekauft werden, die tatsächliche Kaufentscheidung ist immer situationsabhängig und umfasst eine Reihe von Entscheidungsfaktoren wie (Verfügbarkeit, Aussehen und Frische der Ware, Preis, Marketingoffensiven wie Aktionen und Werbekampagnen, spontane Kauflust etc.). Dennoch ist das enorm hohe Herkunftsbewusstsein ein äußerst positiver Indikator für ein bewusst heimisches Kaufverhalten welches durch gezielte Information noch vertieft werden könnte.

#### Achten Sie auf österreichische Herkunft?

	Häufigkeit	gültige Prozente
ja	295	91,9
nein	26	8,1
gesamt	321	100,0
nicht beantwortet	2	
gesamt	323	

**Tabelle 4:** österreichische Herkunft von Lebensmitteln als Faktor der Kaufentscheidung

#### 4.3.7. Typen von Befragten

Zander, et al. (2013, S. 64-79) konnten drei Gruppen von Befragten identifizieren: Die „wenig Involvierten“, die weder eine besonders positive Wahrnehmung der heutigen Landwirtschaft hatten, noch waren sie besonders kritisch oder hatten besondere Anforderungen. Die „Kritischen“, denen besonders strenge Kontrollen wichtig sind und die „Widersprüchlichen“ mit einem grundsätzlich positiven Bild der Landwirtschaft, aber gleichzeitig ablehnender Haltung gegenüber dem Agrarstrukturwandel.

Die Aussagen zur generellen Einstellung zu Natur, Umwelt und Tierhaltung und die Aussagen zu den landwirtschaftlichen Themenbereichen wurden mit Hilfe einer Faktorenanalyse analysiert. Durch dieses Testverfahren werden Aussagen, die von den jeweils selben Personen ähnlich beantwortet werden, gruppiert. Diese Aussagenbündel werden dann zu einzelnen Faktoren zusammengefasst. Diese Reduktion von sehr vielen Einzelaussagen auf wenige übergeordnete Aussagengruppen dient der Darstellung von inhaltlichen Zusammenhängen zwischen den Einzelaussagen.

#### Faktorenanalyse

Die faktorenanalytischen Untersuchung wurde mittels Hauptkomponentenanalyse mit der Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung durchgeführt. Dabei konnten fünf Faktoren mit einer erklärten Gesamtvarianz von 46,5% identifiziert werden, die inhaltlich folgendermaßen benannt werden können:

1. wirtschaftliche Aspekte
2. pro Ökologie
3. Qualität und Vielfalt von Lebensmittel
4. Kritik und Sorgen
5. Maßnahmen pro Umwelt

In den folgenden Tabellen werden die jeweiligen Faktorladungen dargestellt, die angeben wie eng der Zusammenhang zwischen den einzelnen Aussagen und dem Faktor ist. Hohe Werte (ca. ab ,5) deuten auf einen starken Zusammenhang hin. Die Aussagen, die für die Bildung des jeweiligen Faktors verantwortlich sind, sind in den Tabellen 5 bis 9 jeweils grau markiert. Die Werte der jeweils anderen Spalten zeigen die Differenz zu den anderen Aussagegruppen bzw. Faktoren.

Der erste Faktor umfasst Aussagen zu verschiedenen wirtschaftlichen Aspekten rund um die österreichische Landwirtschaft. Er beinhaltet Aussagen zu Arbeitsplätzen, die durch die Landwirtschaft entstehen ebenso wie Aussagen rund um andere Wirtschaftszeige, die mit der Landwirtschaft in Zusammenhang stehen und der Aussage, dass die Landwirtschaft staatlich gefördert werden soll. Personen, die diesen Aussagen zustimmen, finden auch, dass die österreichische Landwirtschaft innovativ ist und neue Wege versucht und sind der Meinung, dass alte Sorten angebaut und alte Haustierrassen gezüchtet werden sollten.

Die schlechte Bewertung der Aussage, dass die österreichische Landwirtschaft innovativ sei und versucht neue Wege zu gehen (vgl. Abbildung 12) differenziert sich durch dieses Ergebnis. Wer wirtschaftliche Aspekte von Landwirtschaft sieht, ist auch der Meinung, dass sie innovativ ist. Wer die wirtschaftlichen Aspekte als weniger wichtig erachtet sieht auch die Innovationen nicht. Oder womöglich ist es auch umgekehrt, wem die innovativen Leistungen nicht auffallen, der schätzt auch den wirtschaftlichen Stellenwert der österreichischen Landwirtschaft geringer ein.

	wirtschaftliche Aspekte ( $\alpha^* = .843$ )				
	1	2	3	4	5
Eine funktionierende Landwirtschaft stellt viele Arbeitsplätze bereit.	,704	,056	,122	-,103	,021
Eine funktionierende Landwirtschaft ist für den Wohlstand Österreichs wichtig.	,645	,133	,161	-,226	-,039
Für den Wirtschaftsstandort Österreich ist es wichtig, dass die Lebensmittelindustrie bevorzugt heimische Produkte verarbeitet.	,623	,109	,222	-,031	,158
Die österreichische Landwirtschaft ist innovativ und versucht neue Wege zu gehen.	,591	,014	,141	-,007	,160
Urlaub am Bauernhof ist ein wichtiger Zweig für den österreichischen Tourismus.	,580	,079	,170	,023	,151
Sehr viele andere Wirtschaftszweige hängen an der Land- oder Forstwirtschaft bzw. von der Land- oder Forstwirtschaft ab.	,553	,098	,143	-,016	,066
Die österreichische Landwirtschaft soll die Produktion von Spezialitäten und Raritäten intensivieren.	,550	,177	,059	,112	-,004
Die Weidehaltung von Tieren bewahrt freie Flächen vor dem Zuwachsen und der Verwaldung.	,542	,119	,179	,078	-,095
Die österreichische Lebensmittelindustrie bietet viele sichere Arbeitsplätze.	,542	-,004	,250	,008	,322
Die Pflege der Almen ist für den österreichischen Tourismus wichtig.	,535	,190	,135	,065	,040
Die Landwirtschaft ist wichtig, um die Landschaft zu pflegen und zu erhalten.	,511	,127	,221	-,128	,043
Es soll für Lebensmittel einen Mindestpreis geben.	,469	,116	,091	,052	,269
Österreichische Landwirtschaft soll von staatlicher Seite gefördert werden.	,457	-,035	-,217	-,066	-,012
Die österreichische Landwirtschaft soll die Produktion von alten Sorten und die Zucht von gefährdeten Haustierrassen intensivieren.	,411	,267	-,111	,290	-,007

$\alpha =$  Cronbach's Alpha

**Tabelle 5:** Faktor 1 | wirtschaftliche Aspekte

Der zweite Faktor steht für Aussagen rund um ökologische Einstellungen die gepaart sind mit der Bereitschaft für tierische Lebensmittel mehr zu bezahlen, wenn die Haltung artgerecht ist und auch für nachhaltige Energie mehr zu bezahlen. Auch eine entsprechende Vergütung für den Landwirt fällt in diese Gruppe. Es zeigt sich hier eine Bereitschaft, für ökologische und nachhaltige Produktion auch einen angemessenen Preis zu bezahlen. Dies widerspricht der langläufigen Annahme „der Kunde will hohe Qualität aber sie darf nichts kosten“. Es zeigt sich durch diese Analyse, dass es Personen gibt, denen ökologischer Standard wichtig ist und die auch bereit sind dafür einen entsprechenden Preis zu bezahlen und vor allem auch wollen, dass die Landwirtinnen und Landwirte von ihren Einkünften leben können (Aussage 8). Nur wenn die landwirtschaftlichen Einkünfte ein Überleben der bäuerlichen Familien ermöglichen, kann eine ökologisch-qualitätsvolle Produktion aufrecht erhalten werden. Dieses Ergebnis steht im Einklang mit verschiedenen äußerst erfolgreichen Projekten, in denen Qualität und Tierwohl im Vordergrund stehen und bei denen die Verkaufszahlen trotz höherer Preise die Erwartungen übertreffen.

	pro Ökologie ( $\alpha = ,845$ )				
	1	2	3	4	5
Ich bin bereit für nachhaltig produzierte Lebensmittel mehr zu bezahlen.	,154	,759	,060	,027	,155
Es ist mir wichtig, dass naturbelassene Gebiete erhalten bleiben.	,076	,740	,006	,004	,000
Ich finde es wichtig, dass klimaschonende Energiegewinnung forciert wird.	,130	,709	,045	,000	,012
Tierschutz ist mir wichtig	,139	,690	,068	-,004	-,018
Umweltschutz ist mir wichtig.	-,001	,676	,023	,072	,024
Ich bin bereit für tierische Lebensmittel mehr zu bezahlen, wenn die Tiere tiergerecht gehalten werden.	,138	,660	-,075	,013	,202
Ich bin bereit für nachhaltige Energie mehr zu bezahlen.	,124	,639	,038	,100	,295
Die Preisgestaltung von Lebensmittel sollte so geregelt sein, dass heimische Landwirte und Landwirtinnen davon leben können.	,250	,491	,179	-,123	,095
Die österreichische Landwirtschaft soll sich durch hohe Qualität positionieren.	,263	,322	,214	,060	,046
$\alpha =$ Cronbach's Alpha					

**Tabelle 6:** Faktor 2 | pro Ökologie

Im dritten Faktor sammeln sich Aussagen zur Qualität, Saisonalität, Frische und Vielfalt von Lebensmitteln aus heimischer Produktion. Dass die österreichische Bevölkerung zu einem hohen Grad aus der eigenen Produktion ernährt werden könne und dass die österreichische Landwirtschaft eine breite Palette an Spezialitäten hervorbringt, fallen in diese Gruppe hinein. Obwohl in dieser Gruppe auch die Aussage, dass die heimische Landwirtschaft biologische Lebensmittel von bester Qualität produziert, steht, gibt es hier keinen Zusammenhang – auch keinen negativen (vgl. Tabelle 6, Aussage 1) – zur Bereitschaft für nachhaltige Lebensmittel mehr zu bezahlen. Das bedeutet, dass hier sowohl von Personen ausgegangen werden muss, die die Qualität bei den aktuellen Preisen voraussetzen als auch von Personen, die sehr wohl für nachhaltige Qualität mehr bezahlen.

	Qualität und Vielfalt ( $\alpha = ,827$ )				
	1	2	3	4	5
Österreichische Lebensmittel sind gesundheitlich unbedenklich.	,054	-,034	,763	-,044	,209
Österreichische Landwirtschaft garantiert mir absolut frische Saisonware.	,134	-,001	,729	-,033	,129
Österreichische Lebensmittel garantieren einen hohen Qualitätsstandard.	,093	-,040	,726	-,034	,077
Die österreichische landwirtschaftliche Produktion zeichnet sich durch ihre hohe Vielfalt aus.	,421	,105	,591	-,004	,052
Durch die vielfältige österreichische Landwirtschaft kann ich regionale Produkte in sehr guter Qualität beziehen.	,373	,290	,528	,032	-,261
Die heimische Landwirtschaft produziert biologische Lebensmittel in bester Qualität.	,287	,186	,526	-,015	-,071
Die österreichische Landwirtschaft garantiert, dass die österreichische Bevölkerung zu einem hohen Grad aus eigener Produktion ernährt werden kann.	,332	-,021	,486	-,028	,227
Die österreichische Landwirtschaft bringt eine breite Palette an Spezialitäten hervor.	,448	,189	,454	-,031	-,288
$\alpha =$ Cronbach's Alpha					

**Tabelle 7:** Faktor 3 | Qualität und Vielfalt von Lebensmitteln

Im vierten Faktor sammeln sich die Kritikpunkte und Sorgen der Menschen. Sorgen um den Lebensraum, der durch intensive landwirtschaftliche Nutzung beeinträchtigt wird ebenso wie Sorgen um die Bodenqualität und

um das Klima. Personen, die diese Sorgen haben, sind auch dafür, dass in ganz Österreich flächendeckend ökologisch produziert werden soll.

	Kritik und Sorgen ( $\alpha = ,715$ )				
	1	2	3	4	5
Bei intensiver landwirtschaftlicher Nutzung wird der Lebensraum für Mensch und Tier stark beeinträchtigt.	-,033	,062	,016	,835	-,022
Intensive Landwirtschaft beeinträchtigt die Bodenqualität.	-,076	,059	-,024	,774	-,144
Die Landwirtschaft verursacht hohe Emissionen und beschleunigt dadurch den Klimawandel.	-,134	-,069	-,080	,740	,137
Ich wäre für eine flächendeckende ökologische Produktion in Österreich.	,075	,145	-,084	,475	,248
$\alpha =$ Cronbach's Alpha					

**Tabelle 8:** Faktor 4 | Kritik und Sorgen

Im fünften und letzten Faktor treffen Maßnahmen pro Umwelt aufeinander. Genannt werden Müllreduktion, verbesserte Müllentsorgung und strengere Einfuhrbedingungen für umweltbelastende Textilprodukte. Dieses Ergebnis deckt sich mit den Ergebnissen einer Umweltstudie (Payrhuber, 2016), in der gezeigt wurde, dass Personen, denen die Umwelt im eigenen Land wichtig ist, auch vor Umweltsünden in anderen Kontinenten die Augen nicht verschließen und auch bereit sind auf das eine oder andere zu verzichten und entsprechende Preise zu bezahlen. Diese Bereitschaft korreliert wiederum hoch signifikant mit einer universalistischen Werthaltung. (vgl. Payrhuber, 2016)

	Maßnahmen pro Umwelt ( $\alpha = ,607$ )				
	1	2	3	4	5
Eine starke Müllreduktion ist die einzige Möglichkeit, um unsere Ressourcen für die Zukunft zu schützen.	,211	,208	,187	,044	,682
Wenn die Müllentsorgung verbessert wird, kann das Müllproblem umweltschonend gelöst werden.	,083	,113	,073	-,048	,654
Umweltbelastende Textilproduktion in Asien muss durch strenge Einfuhrbedingungen verhindert werden.	,099	,298	,081	,128	,484
$\alpha =$ Cronbach's Alpha					

**Tabelle 9:** Faktor 5 | Maßnahmen pro Umwelt

### Clusteranalyse

Die relativ hohen Cronbach Alpha-Werte erlauben eine Indexbildung. Die Aussagen der jeweiligen Faktoren konnten so zusammengefasst werden, die unterschiedliche Zahl an Items wurde dabei umgangen. Mit Hilfe einer Clusterzentrenanalyse konnten die Personen in Gruppen unterteilt werden. Personen die einem Cluster angehören weisen damit – über die Faktoren hinweg – möglichst homogene Einstellungen auf. Personen in unterschiedlichen Clustern unterscheiden sich in ihren Einstellungen maximal voneinander. Da alle Einstellungen mit identen metrischen Skalen erhoben wurden, konnte eine Clusterzentrenanalyse gerechnet werden, die erlaubt, alle Fälle in die Berechnung aufzunehmen.

Die Berechnung hat drei unterschiedliche Cluster (sich unterscheidende Personengruppen) ergeben. Obwohl die Grundeinstellung in allen untersuchten Kategorien gegenüber der Landwirtschaft grundsätzlich sehr positiv war, unterscheiden sich die Cluster hinsichtlich aller fünf untersuchten Einstellungsgruppen (Faktoren) jeweils hochsignifikant ( $p = ,000$ ) voneinander.

Clusterzentren der endgültigen Lösung			
	Cluster		
	1 (n= 126)	2 (n= 93)	3 (n=104)
Faktor_1 = wirtschaftliche Aspekte	1,6	2,2	1,6
Faktor_2 = pro Ökologie	1,4	1,9	1,5
Faktor_3 = Qualität und Vielfalt von Lebensmitteln	1,6	2,2	1,5
Faktor_4 = Kritik und Sorge	1,8	2,5	3,4
Faktor_5 = Maßnahmen pro Umwelt	1,6	2,7	1,8

**Tabelle 10:** Clusterzentrenanalyse über die 5 Einstellungsgruppen

Die erste Gruppe (Cluster 1) kann als grundsätzlich pro Umwelt eingestuft werden. Sie schätzen die Landwirtschaft als Wirtschaftsfaktor und Lebensmittelproduzent. Sorgen bezüglich Lebensraum und Klima sind jedoch mit einem MW von 1,8 durchaus vorhanden. Zu dieser Gruppe zählen 126 der befragten Personen.

Der zweiten Gruppe (Cluster 2) sind Ökologische Gesichtspunkte, obwohl noch immer im Zustimmungsbereich der 5-stufigen Skala, weniger hoch signifikant ( $p = ,000$ ) wichtig als der ersten Gruppe, entsprechend sind die Sorgen mit einem MW von 2,5 auch weniger hoch. Mit 93 Personen ist sie die kleinste Gruppe.

Die dritte Gruppe macht sich deutlich weniger Sorgen als die beiden ersten Gruppen. Dennoch ist sie ökologiebewusst und schätzt ebenso wie die erste Gruppe den Wirtschaftsfaktor Landwirtschaft und die hohe Qualität der heimischen Lebensmittel. Diese Gruppe umfasst 104 Personen.

Wir haben somit eine Gruppe, die grundsätzlich pro Landwirtschaft einzustufen ist, sich aber dennoch ökologische Sorgen macht (Cluster 1). Daneben eine Gruppe, die ebenfalls pro Landwirtschaft ist, sich aber keine großen ökologischen Sorgen macht (Cluster 3). Und zuletzt eine Gruppe (Cluster 2,) der ökologische Aspekte weniger wichtig sind als den beiden anderen Gruppen, wirtschaftliche Möglichkeiten durch und Qualitätsgewinn aus der Landwirtschaft weniger hoch einschätzt als die beiden anderen Gruppen und deren Sorgen sich mit einem MW von 2,5 eher im gemäßigten Mittelfeld bewegen.

## Fazit

Die Bewertung von Aussagen rund um die Themenfelder der Landwirtschaft wird von demographischen Faktoren nur wenig beeinflusst, von Bezug zur Landwirtschaft aber sehr wohl. Bezug zur Landwirtschaft ist eine nicht veränderbare Größe, die Faktoren, die mit diesem Bezug einhergehen können aber sehr wohl mittels eines Maßnahmenpakets beeinflusst werden. Bezug zur Landwirtschaft bedeutet in erster Linie, dass man landwirtschaftliche Produktionsformen von innen heraus (an einem persönlichen Beispiel, nämlich der Betrieb der jeweiligen Bezugsperson) kennt und dass man in den meisten Fällen nicht mit der von Zander, et al. (2013) genannten Bilderbuch – und Märchenvorstellung von Landwirtschaft aufwächst. Dass im Gegensatz dazu mediengenerierte Horrorszenerarien nicht überinterpretiert werden, sondern ein realistisches Bild von der Bandbreite heimischer landwirtschaftlicher Produktion inklusive ihrer Rahmenbedingungen und Notwendigkeiten bekommt. Dieses realistische Bild, welches in weiterer Folge auch für eine kompetente und mündige Konsumentenentscheidung verantwortlich ist, sollte vermehrt Themenfeld der Pädagogik werden. Erste Schritte wurden mit der Generierung der „Grünen Pädagogik“ bereits gesetzt. Künftige Pädagogen werden darauf vorbereitet, auch kontroverse Faktoren in ihrer pädagogischen Handlungspraxis aufzugreifen, um so Kindern und Jugendlichen ein realistisches Weltbild zu vermitteln, in dem der Einzelne gefordert ist, Entscheidungen zu treffen. Schule am Bauernhof ist ebenfalls ein Konzept, das geeignet ist Realität zu vermitteln und in den Köpfen der Kinder wieder reale Produktionsbedingungen abzubilden.

Bei der faktorenanalytischen Untersuchung zeigen Faktor 2 und Faktor 3, dass grundsätzlich ökologisch eingestellte Personen bereit sind für nachhaltig produzierte Lebensmittel mehr zu bezahlen. Personen die Qualität und Vielfalt von Lebensmittel wünschen und schätzen haben eine sehr unterschiedliche Bereitschaft zum Bezahlen eines Mehrpreises. Die Clusteranalyse quantifiziert dieses Ergebnis und ergibt drei relativ gleich große Gruppen die sich bezüglich Qualitätsansprüchen, der Bereitschaft für höhere Qualität mehr zu bezahlen und ihrer Sorgen durch zu intensive Landwirtschaft voneinander unterscheiden. Dieses Ergebnis wird in einer Folgestudie noch weiter untersucht werden, da die genaue Kenntnis über aktuelle und mögliche Zielgruppe(n) für maßgeschneiderte Lösungen Voraussetzung ist (sind). Bei der Vertiefungsstudie werden auch die Werthaltungen der Konsumentinnen und Konsumenten eine Rolle spielen.

Auch bezüglich der Stichprobe wird in der Folgestudie eine Erweiterung nötig sein. Vorliegende Studie wurde vorwiegend mit ländlicher Bevölkerung durchgeführt. Für weiter differenzierende Aussagen wird es

wichtig sein, in einem weiteren Schritt das Studiendesign so zu gestalten, dass auch ein Stadt-Land und ein Bundesländervergleich möglich sind.

### Literatur

- Allwinger, K., & Schillhab, J. M. (2013). *Unsere Bauern 2013. Österreich und die Landwirtschaft*. Baden: OEKONSULT.
- Becker, F & Reinhardt-Becker, E. (2001). Systemtheorie. Eine Einführung für die Geschichts- und Kulturwissenschaften. Campus Verlag. Frankfurt/Main.
- Delling, H. & Boland, H. (2011). Personale Dienstleistungen durch Soziale Landwirtschaft. Ein Definitionsansatz. In: Leithold, G., Becker, K., Brock, C., Fischinger, S., Spiegel A.-K., Spory, K., Wibois, K.-P. und Williges, U. (Hrsg.) (2011). *Es geht ums Ganze: Forschen im Dialog von Wissenschaft und Praxis*. Verlag Dr. Köster. Berlin.
- Endreß, M. (2002). *Vertrauen*. Bielefeld: Transcript-Verl.
- Fenz, M., Unger, T., & Schlick, C. (2011). Moderne Beruflichkeit am Beispiel der Energieberatung - Problemstellung, Ziel und Aufbau des Bandes. In M. Fenz, T. Unger, & C. Schlick (Hrsg.), *Moderne Beruflichkeit. Untersuchungen in der Energieberatung* (S. 9-20). Bielefeld: Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG.
- Freithofnig, H. (2015). *Zuhören. Wissen. Reden. Dialog Landwirtschaft & Gesellschaft*. Hg: Ländliches Fortbildungsinstitut Österreich
- Hauschild, S. (2014). *Bauern unter Beobachtung – wie man uns sieht und was wir tun können*. Hg: Bauernverband Schleswig-Holstein e.V.
- Hauser, H., Egger, Essl, Ettl, Goldemund, Kohlheimer, . . . Sailer-Berhel. (2012). *Worauf Berater achten: Kompetenzen - Methoden - Trends in der professionellen Beratung* (3. neu bearb. Ausg.). Wien: Linde.
- Kremer-Schillings, W. (2016). *Sauerei!: Bauer Willi über billiges Essen und unsere Macht als Verbraucher*. Piper-Verlag
- Luhmann, N. (2014). *Vertrauen : ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität* (5. Aufl.). Konstanz: UVK, München.
- Luhmann, N. (1998). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Suhrkamp Verlag
- OECD (2013): *Agricultural Innovation Systems. A Framework for Analysing the Role of the Government*, OECD Publishing.
- Payrhuber, A. (2016). Die Rolle der Werte in der "Grünen Pädagogik". In *Grüne Pädagogik. Perspektiven wechseln und Grenzen überwinden*. Wien.
- Petermann, F. (2013). *Psychologie des Vertrauens* (4., überarb. Aufl.). Göttingen ; Wien ua: Hogrefe.
- Pongratz, H. (Dezember 1990). *Landwirtschaft und Gesellschaft. Zum Wandel des gesellschaftlichen Umfelds der bäuerlichen Familien*. Herschinger Hefte., 10, S. 18-31.
- Scarabis, M., & Florack, A. (kein Datum). *Steuerung der Markenkommunikation mit Hilfe psychologischer Modelle*. In A. Florac, M. Scarabis, & E. Primosch (Hrsg.), *Psychologie der Markenführung* (S. 408-435). München: Verlag Franz Vahlen.
- Zander, K., Bürgelt, D., Christoph-Schulz, I., Salamon, P., Weible, D., & Isermeyer, F. (2013). *Erwartungen der Gesellschaft an die Landwirtschaft*. Braunschweig: Stiftung Westfälische Landschaft.

## Abbildungen

Abbildung 1: Materielle und immaterielle Leistungen der multifunktionalen Landwirtschaft (Delling & Boland, S. 353) .....	2
Abbildung 2: Spannungsfeld Landwirtschaft (Payrhuber & Kaipel eigene Darstellung 2016) .....	4
Abbildung 3: Ausbildung von Beratern (Payrhuber & Kaipel eigene Darstellung 2016) .....	5
Abbildung 4: Alter in Kategorien*Geschlecht .....	6
Abbildung 5: Grundeinstellung gereiht nach Zustimmung .....	8
Abbildung 6: Grundeinstellungen nach Alterskategorien .....	9
Abbildung 7: Rangreihung der wahrgenommenen Unterschiede .....	10
Abbildung 8: Rangreihung der wahrgenommenen Unterschiede nach Alterskategorien .....	11
Abbildung 9: Bewertung von Landwirtschaft in Bezug auf die Umwelt.....	11
Abbildung 10: Einschätzung von bevorzugten Folgen einer hypothetischen Förderreduktion .....	12
Abbildung 11: Bewertung von Landwirtschaft in Bezug auf die Lebensmittelproduktion.....	13
Abbildung 12: Bewertung von Landwirtschaft in Bezug auf gesamtwirtschaftliche Bereiche.....	14
Abbildung 13: Zukunftswünsche für die Entwicklung von Landwirtschaft .....	15

## Tabellen

Tabelle 1: Alter in Jahren (Mittelwert).....	6
Tabelle 2: Schulbildung .....	7
Tabelle 3: Beruflicher Bezug zu Landwirtschaft, Lebensmittelproduktion und ökologischen Arbeitsbereichen....	7
Tabelle 4: österreichische Herkunft von Lebensmitteln als Faktor der Kaufentscheidung.....	16
Tabelle 5: Faktor 1   wirtschaftliche Aspekte .....	17
Tabelle 6: Faktor 2   pro Ökologie .....	18
Tabelle 7: Faktor 3   Qualität und Vielfalt von Lebensmitteln.....	18
Tabelle 8: Faktor 4   Kritik und Sorgen .....	19
Tabelle 9: Faktor 5   Maßnahmen pro Umwelt .....	19
Tabelle 10: Clusterzentrenanalyse über die 5 Einstellungsgruppen .....	20

## Inhalt

Zusammenfassung.....	1
1. Einleitung.....	1
2. Beziehung zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft .....	2
2.1. Beratung als Vermittlungsinstanz .....	4
3. Ausbildung von Beraterinnen und Beratern.....	4
4. Befragung .....	5
4.1. Erkenntnisinteresse.....	5
4.2. Methode.....	5
4.2.1. Stichprobe .....	5
4.3. Auswertung:.....	6
4.3.1. Beschreibung der Stichprobe .....	6
4.3.2. Bezug zur Landwirtschaft .....	7
4.3.3. Grundeinstellung zu Natur, Tierschutz und Nachhaltigkeit .....	7
4.3.4. Wahrgenommene Unterschiede zwischen in- und ausländischer Produktion .....	9
4.3.5. Einschätzung von Landwirtschaft für ausgewählte Bereiche.....	11
4.3.6. Gesellschaftliche Einschätzung der Zukunft von Landwirtschaft .....	15
4.3.7. Typen von Befragten .....	16
Literatur .....	21
Abbildungen .....	22
Tabellen .....	22
Inhalt .....	22