



STUDIENERGEBNISSE

# **MISSION, VISION UND WERTE DER ÖSTERREICHISCHEN LANDWIRTSCHAFT**



OKTOBER 2023

# MISSION, VISION UND WERTE

Forschungs-  
thema



## ... als Grundlage für die weitere Imagebildung

Landwirt:innen wünschen sich mehr Wertschätzung von der Gesellschaft und sind mit ihrem Image oftmals nicht zufrieden. Um langfristig ein für die Bäuerinnen und Bauern passendes Image aufzubauen, müssen folgende Informationen bekannt sein:

- Worin sehen die Landwirt:innen ihre Daseinsberechtigung (=Mission)?
- Nach welchen Idealen bzw. Werten handeln die Landwirt:innen (=Werte)?
- Wie soll die Branche in Zukunft sein (=Vision)?

Um diese Fragen zu beantworten, wurden über 400 Landwirt:innen 20 großteils offene Fragen über eine Online-Umfrage gestellt. Daraus resultierten 12 745 codierte Antworten, welche anschließend gruppiert und gewichtet wurden. Diese Daten bilden die Grundlage für die folgenden Ergebnisse.



# MISSION

## Der Nutzen der Landwirtschaft

Österreichs Bäuerinnen und Bauern sehen den Nutzen aller landwirtschaftlichen Betriebe in Österreich im „Kulturlandschaft pflegen und erhalten“ (28,13%) sowie in der „Lebensmittelproduktion und -versorgung“ (23,72%). Ca. jede:r zehnte Landwirt:in sieht den Nutzen in „Beitrag zum kulturellen Erbe“ (11,85%), „Wertschöpfung und Arbeitsplätze im ländlichen Raum“ (10,74%) und „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ (10,69%).

*Wir produzieren Lebensmittel mit Herz und Seele. Vermitteln Werte, Tradition und Stabilität. Landwirtschaft schafft Leben für mehrere Generationen.*

- vorarlberger Landwirtin  
Mutterkuhhaltung, Weinbau

## Im internationalen Vergleich...

... sehen Österreichs Bäuerinnen und Bauern die Besonderheit der heimischen Landwirtschaft vor allem in „Betriebsstruktur und Vielfalt“ (29,36%). Dies umfasst die kleinstrukturierten, familiengeführten Betriebsformen mit breiter Produktpalette. An zweiter Stelle stehen „Umwelt- und Naturschutz“ (18,75%), gefolgt von „Qualität und Verbrauchernähe“ (14,76%). Rund jede:r Zehnte Landwirt:in sieht den Nutzen in den „Werten und Engagement“ (10,38%) sowie in „Tierwohl und artgerechte Tierhaltung“ (10,09%).



# MISSION



## Die Stärken der Betriebe gegenüber industrieller Nahrungsmittelproduktion

Ein Viertel der Landwirt:innen sieht die Stärke der Landwirtschaft in der „Qualität“ der erzeugten Produkte (24,53%). Ca. jede:r Fünfte gibt an, dass die „Kundennähe und Marktorientierung“ (21,52%) sowie die „Betriebsstruktur und Unternehmensführung“ (19,43%) wesentliche Stärken der Landwirtschaft im Vergleich zur industriellen Nahrungsmittelproduktion darstellen. Jeweils rund 10% der Landwirt:innen sind der Ansicht, dass „Idealismus und Engagement“ (11,23%) sowie die „naturnahe Produktion mit Flächenpflege“ (10,56%) wesentliche Vorteile bieten. Lediglich 2,22% sehen keinen Unterschied zwischen der Landwirtschaft und der industriellen Nahrungsmittelproduktion.

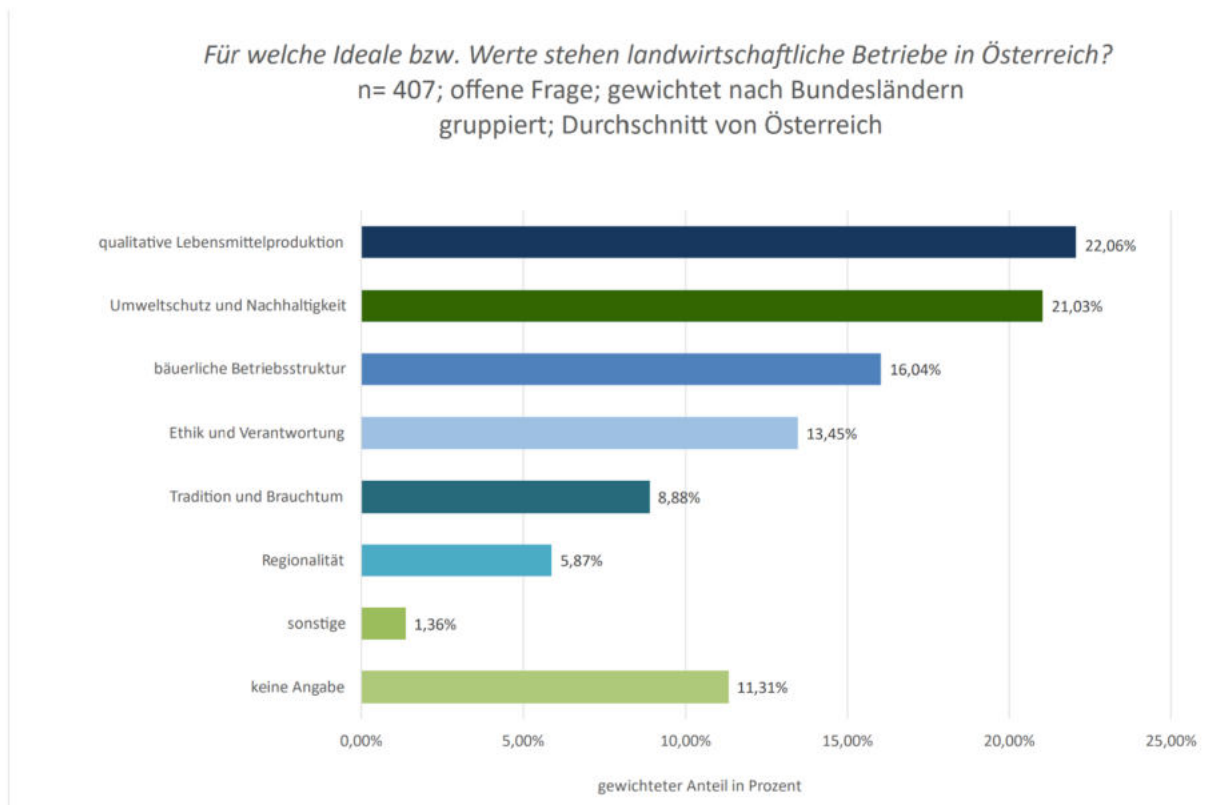
*Man will ja das Beste aus seinem  
Produkt machen. Das Herz ist  
bei der Arbeit und gute Produkte sind  
ein persönlicher Erfolg.*

-Landwirtin aus Niederösterreich  
Direktvermarktung, Legenhennen



# WERTE

Wofür steht die Landwirtschaft in Österreich?



*Verantwortungsvoll denken und handeln. Werte erhalten,  
zukunftsorientiert denken und handeln. Sorgsamer Umgang mit  
Natur, Tier, Mensch und Lebensmittel.*

-Landwirtin aus Tirol  
Milchviehbetrieb

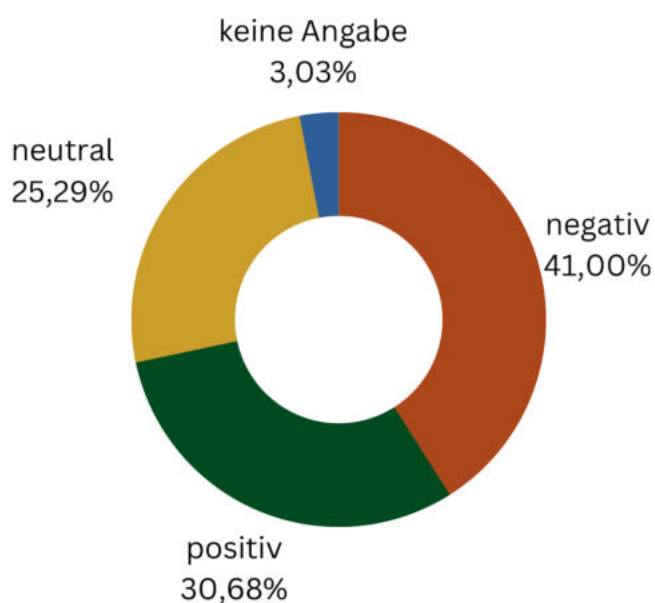
**Die wichtigsten Werte der Landwirtschaft sind**



# VISION

## Wie sehen Landwirt:innen der Zukunft landwirtschaftlicher Betriebe entgegen?

Vier von zehn Landwirt:innen sehen der Zukunft negativ entgegen (41,00%). 30,68% sehen die Zukunft positiv und rund ein Viertel neutral (25,29%).



Rund jede:r Vierte positiv eingestellte Landwirt:in gab an, dass die „Landbewirtschaftung auch in Zukunft notwendig“ sei (37,01%). „Innovation und Anpassungsfähigkeit an Chancen“ (31,28%) bzw. „Potenziale nutzen“ (23,13%) sind weitere Gründe für die positive Zukunftsansicht.

Bei den negativ eingestellten Landwirt:innen sind die drei häufigsten Faktoren „externe Bestimmung und Bürokratie“ (25,06%), gefolgt von „Preisdruck und Kosten“ (22,72%) und Strukturwandel (13,97%).



# VISION

## Welche Aussagen treffen zu?

Die Landwirt:innen wurden zudem gebeten, folgende Aussagen auf einer Skala von 1 (=stimme überhaupt nicht zu) bis 10 (=stimme absolut zu) zu beantworten.

Landwirtschaftliche Produkte müssen in Zukunft an Wert gewinnen.

Ø 9,21

Agrarkommunikation wird immer wichtiger für landwirtschaftliche Betriebe in Österreich.

Ø 8,07

Es gibt für mich keinen schöneren Beruf als Landwirt:in.

Ø 8,02

Die täglichen Aufgaben am Hof haben sich in den letzten 10 Jahren stark verändert.

Ø 7,00

Unser Betrieb ist wirtschaftlich gut aufgestellt und für die Zukunft gerüstet.

Ø 6,57

Damit mein Betrieb gut läuft, werde ich meine Arbeitsweise in den nächsten Jahren stark verändern müssen.

Ø 5,72

Die Digitalisierung bietet große Chancen für meinen Betrieb.

Ø 4,53

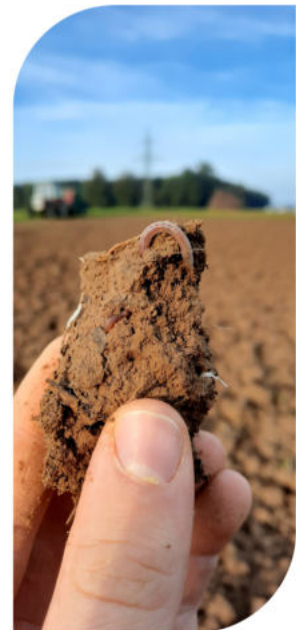
Um auch in Zukunft erfolgreich zu sein, setze ich auf Wachstum.

Ø 4,16

# VISION

## Bereiche für den zukünftigen Erfolg

Für 14,38% der Landwirt:innen ist „Direktvermarktung und regionale Vermarktung“ die größte Chance für betrieblichen Erfolg. Mit 8,55% steht „Diversifizierung“ an zweiter Stelle. Weiters zeigen die 29 Kategorien zu dieser Frage, dass die Antworten breit gestreut sind und Landwirt:innen in vielen unterschiedlichen Bereichen Chancen für den betrieblichen Erfolg vermuten. Beispiele dafür sind Energiewirtschaft, Tourismus, Digitalisierung, Nischenproduktion, Nebentätigkeiten, Produktveredelung, Kommunikation und Aufklärung der Konsument:innen



Landwort

Studienergebnisse



# VISION

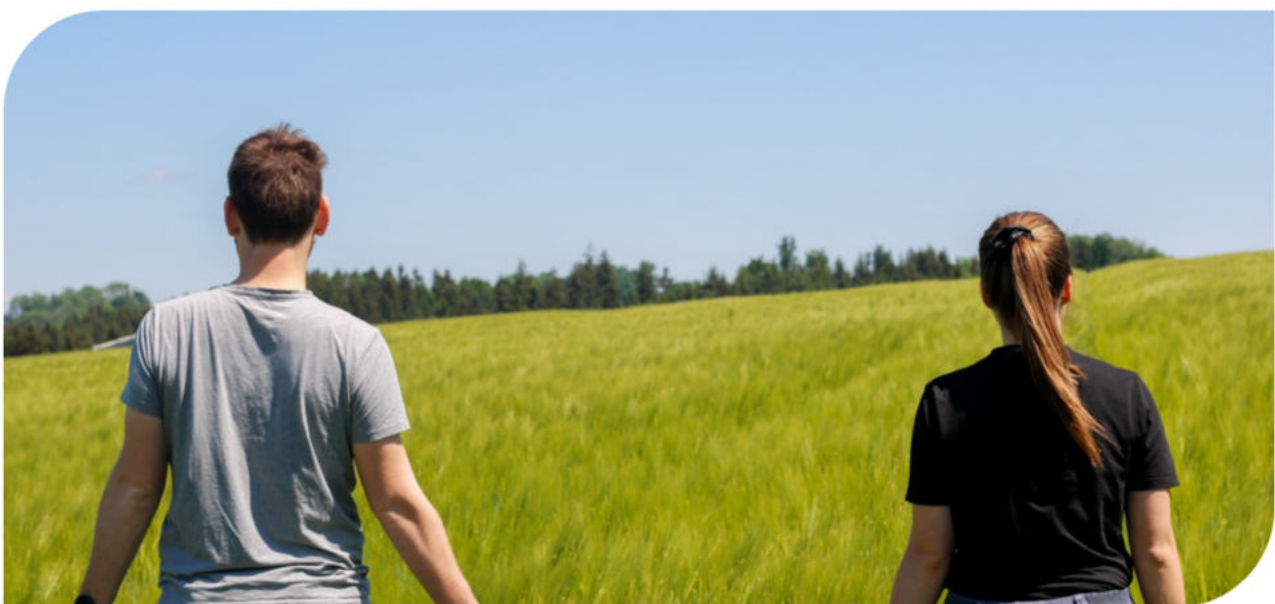


## Das landwirtschaftliche Image in 30 Jahren

Über ein Viertel der Landwirt:innen (27,89%) gab an, dass sie in Zukunft „Wertschätzung und Anerkennung“ von den Konsument:innen hören möchten. Weitere wichtige Aspekte beim zukünftigen Ansehen der Landwirtschaft sind „erzeugen hochwertige Lebensmittel“ (13,61%), „sichern regionale Lebensmittelversorgung“ (7,63%), „nachhaltig und gut fürs Klima“ (7,30%) sowie „Verlässlichkeit“ (7,02%). Generell ist hier die Streuung der Antworten deutlich kleiner als bei anderen offenen Fragen der Studie.

*Ich möchte einfach die Wertschätzung haben  
so wie jeder andere in seinem Beruf!*

-Landwirt aus Oberösterreich  
Milchviehbetrieb



# KEY TAKEAWAYS

## Mission

Österreichs Landwirt:innen sehen die Mission der Landwirtschaft in der „Pflege und Erhaltung der Kulturlandschaft“ (28,13%) sowie in der „Lebensmittelproduktion und -versorgung“ (23,72%), wobei die „Betriebsstruktur und Vielfalt“ (29,36%), „Umwelt- und Naturschutz“ (14,76%) und „Qualität und Verbrauchernähe“ (14,76%) besondere Stärken sind.

## Vision

Der größte Anteil der Landwirt:innen blickt negativ in die Zukunft (41,00%), rund jede:r Dritte positiv (30,68%) und rund ein Viertel ist neutral eingestellt (25,29%). Das zukünftig erwünschte Image der Landwirtschaft umfasst „Wertschätzung und Anerkennung“ (27,89%) sowie die „Erzeugung hochwertiger Lebensmittel“ (13,61%).

## Werte

Die Werte der Landwirtschaft sind „qualitative Lebensmittelproduktion“ (22,06%), „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ (21,03%), „bäuerliche Betriebsstruktur“ (16,04%) sowie „Ethik und Verantwortung“ (13,45%). Landwirt:innen werden die Merkmale „fleißig“ (7,58%), „hart arbeitend“ (6,92%), „Idealismus und Leidenschaft“ (6,72%), „ausdauernd und verlässlich“ (5,06%) sowie „naturverbunden“ (5,01%) am häufigsten zugeschrieben.



# DANKSAGUNG

Mein herzlichster Dank gilt den über 400 Landwirt:innen, die sich die Zeit genommen und die Umfrage zum Thema ausgefüllt haben. Eure Zeit und eure Meinungen bilden die Grundlage für die empirische Aufarbeitung des Themas. Weiters freut es mich besonders, über 20 schriftliche und unzählige persönliche Rückmeldungen dazu von Landwirt:innen erhalten zu haben. Der Tenor dieses Feedbacks war: Gemeinsam können wir das Bild der Landwirtschaft gestalten.

Weiters gilt all jenen mein aufrichtiger Dank, die die Umfrage verbreitet und somit eine derartige Vielzahl an Meinungen zum Thema ermöglicht haben:

Landwirtschaftskammer Österreich, Landjugend Österreich, Lebensqualität Bauernhof, ARGE Bäuerinnen, Nachhaltige Tierhaltung Österreich, Universität für Bodenkultur Wien, Maschinenring Österreich, Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, Fachhochschule Oberösterreich, Bauernbund Oberösterreich, Tirol sowie Österreich, Jungbauernschaft Österreich, Wirtschaften am Land, Landwirt.com, Land schafft Leben, Landwort, Absolventenverband der HBLA Elmerg

# KONTAKT



**Michaela Sandmayr, MA**  
Landwort Agrarkommunikation

Schmieding 5  
4484 Kronstorf  
landwort.at  
michaela.sandmayr@landwort.at  
0680/133 31 66

**Mission, Vision und Werte der  
österreichischen Landwirtschaft**

