

**Rudolf Bretschneider**

## **„Die Konsumenten mögen den ländlichen Raum“ – Die Bauern nehmen Herausforderungen offensiv an**

In den letzten 80 Jahren hat das vergangene Jahrhundert unendlich viel Veränderung gesehen – in Europa, in Österreich, in den Städten, in jedem kleinen Dorf. Die Dynamik war ungeheuer. Der Bevölkerungsaufbau hat sich radikal geändert, die Berufsstruktur wurde mehr als nur durcheinandergerüttelt. Migration und Mobilität prägen das Bild. Es gab einen ungeheuren Strukturwandel. Dieser Wandel wird als belastend erlebt. Und je massiver er ist, desto mehr hängt man an manchen Sicherheiten von gestern und wünscht sie auch für die Zukunft, selbst wenn man durchschaut, dass dieser Sicherheitswunsch oftmals eine Illusion ist.

Enorm war der Wandel in der Landwirtschaft. Die Zahl der in der Landwirtschaft Tätigen hat drastisch abgenommen. Das relative Gewicht der Bauern in der Wahlbevölkerung ist entsprechend zurückgegangen. Nur Dank der politischen Vertretungen ist ihr Gewicht in Österreich verhältnismäßig stark geblieben. Stärke ist eben immer auch Organisationsstärke und klare Artikulationsfähigkeit, gepaart mit entsprechendem Selbstbewusstsein. Auch das ist keine Selbstverständlichkeit. In großen Ländern wie Deutschland bzw. England genießt die Landwirtschaft einen weit weniger guten Ruf und hat auch weit weniger Gewicht als in Österreich (im Jahre 1950 hat ein Landwirt/ eine Landwirtin mit seiner/ ihrer Produktionsleistung etwa zehn Personen ernährt, im Jahre 2000 produzierte er oder sie im Durchschnitt für deutlich mehr als 100 Personen.)

Aber nicht nur die Struktur- und Produktionskraft, auch die Rolle, die Aufgaben haben sich verändert. Bereits vor mehr als 15 Jahren haben wir in Österreich in der landwirtschaftlichen Bevölkerung eine Studie durchgeführt. Vielfach war das Selbstverständnis damals vom Satz „Der Bauer deckt den Tisch!“ geprägt. Neu erwachsende Aufgaben ökologischer Art wurden damals entweder nur widerwillig zur Kenntnis genommen oder als schwacher Ersatz zurückgewiesen.

Der Wandel in der Gesellschaft hat allerdings dazu geführt, dass sich die Berufsfunktionen geändert haben. Man ist in seinem Beruf nicht mehr das ganze Leben lang, sondern übernimmt

neue Aufgaben, nicht nur in der Produktion, die man individuell erledigt, sondern auch in der Kooperation mit anderen, im Vertrieb, ja im Marketing, im passenden Nebenerwerb und in der passenden Spezialisierung.

Dieser Wandel in der Funktion der Landwirtschaft wurde auch von jenen Bevölkerungsgruppen teilregistriert, die nicht unmittelbar von der Landwirtschaft leben. Allerdings sind ihre Erfahrungen weniger als früher von persönlichen Erlebnissen und Erfahrungsberichten von Verwandten geprägt, sondern im verstärkten Maße auch medial vermittelt, bzw. sie kommen durch Zufallskontakte zustande.

Natürlich hat im langfristigen Vergleich der intensive Kontakt mit der Landwirtschaft deutlich abgenommen. Mitte der 60er-Jahre waren es noch knapp 60 Prozent der Städter, die intensiven Kontakt mit Landwirten hatten. Mittlerweile sind es nur noch 23 Prozent. Aber doch auch nur 33 Prozent, die keinen oder geringen Kontakt zu haben glauben. Ja es dürfte sich (urlaubsbedingt, mobilitätsbedingt?) sogar eine leichte Gegenbewegung gebildet haben. Im Jahre 2001 ist die Zahl jener Österreicher, die keinen oder nur geringen Kontakt zur Landwirtschaft haben, sogar signifikant zurückgegangen.

### **Subjektives Informationsniveau (1966-2001)**

Rund ein Viertel der österreichischen Bevölkerung fühlt sich über die Lebensverhältnisse österreichischer Bauern sehr gut informiert. Die Zahl derer, die sich nur sehr wenig informiert fühlen ist auf ein Fünftel zurückgegangen (in Wien), in Gesamtösterreich sind es nur elf Prozent, die sich uninformiert glauben. Das zeigt auch ein gewisses Maß von Anteilnahme (vielleicht auch von Überschätzung des eigenen Informationsniveaus), aber es beweist immerhin, dass „die Bauern“ durchaus einen Platz im Bewusstsein haben.

### **Geschätzte Entwicklung der Lage der österreichischen Bauern 1989-2001**

Im Laufe der letzten zehn Jahre ist die Zahl derer, die an Verbesserungen glauben, leicht angewachsen, vor allem zwischen 1989 und 1993, danach kam es zu einem Rückgang. Innerhalb der landwirtschaftlichen Bevölkerung ist die Gruppe dieser Optimisten erwartungsgemäß deutlich kleiner. Innerhalb der landwirtschaftlichen Bevölkerung überwiegen die Skeptiker, die zu zwei Drittel bzw. zu fast drei Viertel glauben, die Lage der in der Landwirtschaft Tätigen habe sich eher verschlechtert. Dieses Gefühl teilt – durchaus mit Anteilnahme – auch

mehr als die Hälfte der österreichischen Gesamtbevölkerung. Dazu haben natürlich die Diskussionen um die Entwicklung der Landwirtschaft insgesamt, aber auch einzelne Problemfälle der letzten Jahre (Stichwort BSE-Skandale, etc.) entsprechend beigetragen.

### **Vorteile des Landlebens**

Nach den Vorteilen gefragt, die das Leben auf dem Lande bietet, verweist man auf die gute Umweltqualität, auf saubere frische Luft, Natur und Ruhe (natürlich nicht für die arbeitende Bevölkerung), aber auch auf soziale Faktoren wie mehr Nachbarschaftshilfe und Zusammenhalt, mehr Eigenständigkeit, Freiräume für Kinder, weniger Stress und Hektik, ja bessere Ernährung.

Demgegenüber sind die aufgezählten Nachteile in der Minderheit. Es führt zwar der Hinweis auf die schlechte Infrastruktur und schlechte Verkehrsanbindungen, allerdings sind die Prozentsätze eher klein. Convenience-Faktoren (Einkaufszentren, große Entfernung zur Arbeit, wenig Freizeitangebote, schlechte Ausbildungsmöglichkeiten etc.) fallen weniger ins Gewicht. Die Qualitäten des ländlichen Raumes, um die ja auch politisch gekämpft wurde, werden per saldo durchaus positiv gesehen.

Aber zurück zu den Problemen, mit denen die Landwirtschaft aus der Sicht der Bevölkerung zu kämpfen hat. Die österreichische Bevölkerung sieht durchaus die Probleme (nur 16 Prozent glauben, die Landwirtschaft sei „problemlos“). Niedrige Preise, geringes Einkommen, Konkurrenz aus dem EU-Raum, Billigprodukte etc. dominieren das Bild.

Man weiß also, dass die Landwirtschaft zu kämpfen hat. Grundlegendes Verständnis ist gegeben. Verständnis heißt freilich nicht, dass man als Konsument bereit ist, höhere Preise tatsächlich zu akzeptieren. Zwischen theoretischem Verständnis und eigener Zahlungsbereitschaft herrscht oft eine große Kluft.

Man kann aber damit rechnen, dass die Anstrengungen gerade der österreichischen Landwirtschaft durchaus gesehen werden. Fast 70 Prozent meinen, dass sich in den letzten Jahren viel verändert hat und neue Wege beschritten werden. Veränderungen sieht man durch Bioproduktion, Technisierung, Spezialisierung, Direktvermarktung, höheres Umweltbewusstsein und Qualitätsanstrengungen (bei Tierhaltung und Produktqualität) für gegeben. Das sind Voraussetzungen, auf denen man aufbauen kann, hat man doch vielfach das Gefühl, dass nicht nur über Schwierigkeiten geklagt, sondern auch an der Überwindung der Schwierigkeiten gearbeitet wird und Anpassungsprozesse erfolgen, die Voraussetzung für Erfolg sind.

Insgesamt haben sehr viele Österreicher ein durchaus positives Bild von Bauern, und das ist etwas, worauf man aufbauen kann. Es ist keine Selbstverständlichkeit, dass die jeweilige Landesbevölkerung ihre Bauern schätzt. Es können auch nicht alle Berufsvertretungen und Branchen auf eine grundsätzlich positive Haltung rechnen. Es wäre also falsch, sich missachtet oder gar verfolgt zu fühlen, und man sollte einschlägige Berichte in den Medien, die Bauern als Öko-Schädlinge, als Massentier-Halter und Raub-Bauern darstellen, nicht überschätzen. Selbst Skandale haben ja bekanntlich nicht nur negative Folgen. Es kommt immer darauf an, wie man diese Skandale bewältigt und welche Konsequenzen man daraus zieht. Ein gutes Beispiel aus der Landwirtschaft ist bekanntlich der so genannte österreichische Weinskandal, der unter anderem strikte Richtlinien, Qualitätsanstrengungen und am Schluss Spitzenqualitäten mit Spitzenpreisen zur Folge hatte.

Trotz des großen Verständnisses wäre es falsch, nur auf Anteilnahme oder gar Mitleid zu setzen. Eine derartige Anteilnahme erschöpft sich. Erfolgversprechender ist es, auf Erfolge zu verweisen. Nichts ist im Geschäftsleben und in der Politik erfolgreicher als der Erfolg, den man als Ergebnis gelungener Anstrengungen darstellen kann, auf dem man sich aber nicht ausruhen kann.

Die österreichische Landwirtschaft hat in den letzten Jahrzehnten viel Wandel gesehen. Neue Verantwortungen wurden übernommen, neue Aufgaben bewältigt, zum „Tischdecken“ sind neue Funktionen dazugekommen. Einer Berufsvertretung steht es zu, diese Leistungen herauszustreichen und das Selbstbewusstsein zu stärken. Man kann dieses wohl guten Gewissens tun. Der Standort Österreich ist von seinen natürlichen Verhältnissen her ein guter Standpunkt, von Boden, Klima und – last but not least – Bevölkerung. Eine Berufsvertretung hat neben dem obligaten Eigenlob für die Gruppe auch eine starke Orientierungsfunktion. Sie muss die richtigen und wichtigen Entwicklungen frühzeitig aufspüren, Innovationsmöglichkeiten entdecken und Chancen aufzeigen. Chancen für Nischenmärkte, Chancen auf dem Sektor nachwachsende Rohstoffe, Chancen für qualitativ hochwertige Produktionen. Vieles geht in unserer Zeit in Richtung mehr Qualität (Stichwort „functional food“, „regionale Spezialitäten“ und auch gentechnisch Geschneidertes darf keinem Denkverbot unterliegen).

Weltweit ist mit einem steigenden Bedarf an Nahrungsmitteln zu rechnen (bedingt durch die Bevölkerungsentwicklung. Und auch in unserer unmittelbaren Nachbarschaft sind uns neue Märkte zugewachsen, sind offen geworden für Konkurrenz und Erweiterung des eigenen

Marktes.) Nicht nur Einkommensergänzungsstrategien durch Nebenerwerb sind – nicht zuletzt durch neue Medien – einfacher und vielfältiger und raumunabhängiger geworden. Auch im eigentlichen Bereich der Nahrungsmittelproduktion, der Spezialitätenproduktion gibt es durchaus Chancen, die in Kooperation mit Industrie, Gastronomie und Tourismus durchaus erfolgreich genutzt werden können.

Man braucht sich also nicht bei der Klage aufzuhalten, dass die Städter heute nicht mehr wüssten, woher die Milch kommt, und dass sie die heimische Produktion nicht schätzten oder gar eine ablehnende Haltung gegenüber Landwirtschaftlichen Aktivitäten hätten. Offensiv und pro-aktiv auf die möglichen Kunden zugehen! Die Bauern können sich ruhig trauen – die Kunden mögen den ländlichen Raum!

*Dieser Beitrag beruht auf dem Redemanuskript des Autors für den Bundesbäuerinnentag der Wintertagung 2003 des Ökosozialen Forum Österreich in Salzburg am 12. Februar 2003*

**Autor:**

**Prof. Dr. Rudolf F. Bretschneider**, Geschäftsführer FESSEL-GfK – Institut für Marktforschung  
Hainburger Strasse 33  
A – 1030 Wien  
[rudolf.bretschneider@gfk.at](mailto:rudolf.bretschneider@gfk.at)