

„Konsumenten mitentscheidend für Zukunft“

Kunden haben entscheidenden Einfluss auf die Arbeit und die Verdienstmöglichkeiten der Bauern



Die Konsumentinnen und Konsumenten haben entscheidenden Einfluss auf die Arbeit und die Verdienstmöglichkeiten der Bäuerinnen und Bauern. Das ist wenig überraschend eine zentrale Erkenntnis des Strategieprozesses Zukunft Landwirtschaft 2030, in Auftrag gegeben von Agrar-Landesrat Max Hiegelsberger.

Lebensmittel und Landschaftspflege

Die Konsumenten sind neben Kunden vor allem auch Empfänger: Für die Menschen im Land werden Lebensmittel produziert, sie profitieren aber auch maßgeblich von den übrigen Leistungen der Landwirtschaft wie der Landschaftspflege. „Der enge Draht zwischen Konsument*innen und Bäuer*innen ist entscheidend für die Zukunft der oberösterreichischen Landwirtschaft. Das gegenseitige Vertrauen und damit einhergehend auch die klare Bevorzugung heimischer Produkte ist die Be-

standsgarantie unserer kleinstrukturierten Landwirtschaft“, so Agrar-Landesrat Max Hiegelsberger.

Die Vorstellung des idealen Konsumenten

Der Strategiebericht Zukunft Landwirtschaft enthält für die maßgeblichen Akteure Politik, Medien und die Bäuer*innen selbst jeweils detaillierte Maßnahmenkataloge. Für die Konsument*innen entstand hingegen eine Zielvorstellung, der man sich bis 2030 möglichst annähern möchte. Denn, auch das ergab der Strategieprozess, auch die Konsument*innen müssen ihre Beziehung zur Landwirtschaft überdenken. „Wie die Bevölkerung mit den Themen Lebensmittel und Landwirtschaft umgeht, wurde in den Veranstaltungen der Strategieerstellung intensiv diskutiert. Diese Frage treibt nicht nur die Bäuerinnen und Bauern, sondern auch die am Prozess beteiligten NGOs um. Ziel ist es, in Österreich eine Käuferschaft



Agrar-Landesrat Max Hiegelsberger gab den Anstoß zu der neuen Zukunftsstrategie, die den Fokus auch auf die Kunden legt.

zu haben, die noch mehr als heute die Leistungen der Landwirtschaft sieht und einfordert. Zusätzlich aber, und das ist jetzt entscheidend, auch die entsprechende Mehrpreisbereitschaft für die heimischen Produkte mitbringt“, betont Hiegelsberger.

Landwirtschaft erlebbar machen als Ziel

Da seitens der Landwirtschaft häufig beklagt wird, dass der Großteil der Gesellschaft nicht mehr weiß, wie moderne Landwirtschaft funktioniert, soll hier mehr Nähe hergestellt werden. Auch wenn in der Strategie festgestellt wird, dass dieses Unwissen eine logische Folge der in einer modernen Gesellschaft vorhandenen Arbeitsteilung ist. Viel entscheidender als das Wissen um landwirtschaftliche Produktionsabläufe sei daher das Vertrauen in die oberösterreichischen Bäuer*innen. Dafür ist die saubere Arbeitsweise jedes Einzelnen aber auch eine ehrliche und positive Kommunikation der bäuerlichen Leistungen als Ganzes erforderlich. Bestehende Angebote, um

die heimische Landwirtschaft wieder angreifbar und erlebbar zu machen, sollten noch weiter ausgebaut werden. Dies umfasst Bildungsangebote wie bäuerliche Kochkurse ebenso wie Urlaub am Bauernhof und Tage der offenen Stalltüren.

Mehrpreisbereitschaft für heimische Lebensmittel

„Danach befragt, auf was sie besonders stolz seien, antworten Österreicher*innen häufig mit der Qualität der heimischen Lebensmittel und der Schönheit der Landschaft. Für beides zeichnet die Landwirtschaft (mit-)verantwortlich. Zeitgleich sind wir in Österreich EU-weit an der viertletzten Stelle bei den Ausgaben für Lebensmittel gemessen am Haushaltseinkommen. Diese Diskrepanz aufzubrechen ist unser gemeinsamer Auftrag für die nächsten zehn Jahre. Die oberösterreichischen Bäuerinnen und Bauern sind bereit, das Ihre dazu zu tun“, so Agrar-Landesrat Max Hiegelsberger. Die gesamte Strategie gibt es unter www.zukunftlandwirtschaft2030.at zum Nachlesen und auch gratis zu bestellen.



Die heimischen Bäuerinnen und Bauern sollen auch 2030 noch gut von ihrer Arbeit leben können.

Fotos: Wakolbinger, Land OÖ