

# Zukunft der Berglandwirtschaft: Erwartungen und Perspektiven junger Bäuerinnen und Bauern und Folgerungen für die EUSALP

## Kurzfassung der Ergebnisse in 10 Thesen

Prof. Dr. Thomas Bausch  
Regina Mack (MA)

Hochschule München  
Fakultät für Tourismus  
Schachenmeierstr. 35  
80636 München

**Förderhinweis:**

Dieses Projekt wurde gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten sowie durch die ARGE-ALP

Projektlaufzeit: Oktober 2017 bis September 2019

## Hintergrund und Gegenstand der Studie

Im Rahmen des Vorsitzes der EUSALP, den Bayern im Jahr 2017 innehielt, wurde das Projekt „Next Generation Berglandwirtschaft 2030“ initiiert. Dieses untersucht die Zukunftsgedanken, die sich junge Menschen mit landwirtschaftlichem Hintergrund machen. Die zentrale Fragestellung des Projektes ist:

*Welche Zukunftserwartungen haben JunglandwirtInnen an die Berglandwirtschaft und welche Zukunftsperspektiven verbinden sie mit dieser?*

Die EUSALP ist ein politischer Zusammenschluss und setzt sich aus 48 alpinen und alpennahen Regionen der folgenden sieben europäischen Länder zusammen: Österreich, Frankreich, Deutschland, Italien, Liechtenstein, Slowenien und der Schweiz. Sie dient der Festlegung einer gemeinsamen Strategie zur Bewältigung kollektiver zukünftiger Herausforderungen. Die EUSALP verfolgt vier Ziele: Wirtschaftliches Wachstum, Konnektivität, Nachhaltigkeit / Energiemanagement und verbesserte Zusammenarbeit. Es gibt neun Aktionsgruppen, die diese Säulen in die Tat umsetzen. Das Projekt „Next Generation Berglandwirtschaft 2030“ ist Teil des Arbeitsprogrammes der Aktionsgruppe 6 „Erhaltung und Inwertsetzung der natürlichen Ressourcen, einschließlich Wasser und kultureller Ressourcen“. Das zentrale Ziel ist dabei,

*„das alpine Natur- und Kulturerbe zu erhalten und nachhaltig zu verwerten, damit auch zukünftige Generationen den einzigartigen Lebensraum der Alpen genießen können.“*

Die Ergebnisse der Studie können über die EUSALP direkt an die jeweiligen Länder und Entscheidungsträger vermittelt werden, um gemeinsam die jungen Bauern und Bäuerinnen im Alpenraum zu stärken.

Der Projekttitle spricht von der „nächsten Generation“. Damit sind junge Bergbauern und Bergbäuerinnen gemeint. Hierfür wird die Definition der Europäischen Union in der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) gewählt, die Junglandwirte und Junglandwirtinnen als „erstmalig als Betriebsleiter in einem landwirtschaftlichen Betrieb ansässig“ und unter 40 Jahre alt beschreibt.

Die nachfolgenden Projektergebnisse basieren auf Fokusgruppengesprächen, die an 11 Standorten in den 6 Alpenstaaten AT, CH, DE, FR, IT und SLO mit VertreterInnen dieser nächsten Generation durchgeführt wurden. In 2 ½ bis 3-stündigen Sitzungen wurden dabei Themen der Perspektive des Betriebes, der persönlichen Lebenssituation und der Zukunftsaussichten der Berglandwirtschaft diskutiert. Die nachfolgenden 10 Thesen fassen die Sichtweise der TeilnehmerInnen kompakt zusammen.

Der umfassende Bericht, der detaillierte Ausführungen zum Studiendesign, der Durchführung und spezifische Ergebnisse nach Ländern ergänzend erhält, liegt dem Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten vor.

## **Zehn Thesen zur Zukunft der Berglandwirtschaft**

Die nachfolgenden 10 Thesen wurden aus den 11 Fokusgruppengesprächen abgeleitet. Diese repräsentieren Themenfelder, bei denen es weitgehend in allen Gesprächsgruppen eine übereinstimmende Position gab. Die Thesen wurden im Rahmen einer Validierungssitzung mit Mitgliedern aus 5 Fokusgruppen den TeilnehmerInnen nochmals vorgestellt und von diesen für gut befunden. Diese 10 Thesen stellen nicht die Position der Autoren der Studie oder des koordinierenden Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten dar. Auch werden sie nicht seitens der Autoren kommentiert. Sie sollen einen wichtigen Diskussionsbeitrag als Sichtweise der Next Generation Berglandwirtschaft leisten.

### **THESE 1: BERGLANDWIRTSCHAFT BRAUCHT AUFMERKSAMKEIT UND ANERKENNUNG**

Die Wahrnehmung der Landwirtschaft als Wirtschaftssektor entspricht aus der Sicht der jungen LandwirtInnen nicht der Realität. Dies gilt für die Berglandwirtschaft in ganz besonderer Weise, da sie sich im Spannungsfeld zwischen dem Bild der industriellen Landwirtschaft und dem Heidi-Idyll bewegt. Die jungen LandwirtInnen wünschen sich eine Anerkennung als Berufstand auch im Wettbewerb mit Studium und Handwerk. Sie erwarten eine gesellschaftliche Anerkennung ihrer Leistungen für die Kulturlandschaftspflege des Alpenraums. Hierfür braucht es eine breite Aufmerksamkeit. Alle, Verbraucher, Berufsorganisationen wie auch Produzenten selbst sind gefordert, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass die Schönheit der alpinen Kulturlandschaft durch die Berglandwirtschaft besteht. Zudem bedeutet die Anerkennung dieser Leistung auch, dass die produzierten Lebensmittel genauso einzigartig sind wie der Raum und daher einen Wert und nicht nur einen Preis haben. Gesellschaftliche Wahrnehmung und Anerkennung sichern Hofnachfolgen, die Wertstellung wie auch die Attraktivität des Berufsbildes.

### **THESE 2: DIE LEISTUNGEN DER BERGLANDWIRTSCHAFT DEM TOURISMUS IN RECHNUNG STELLEN**

Der Tourismusbranche ist es bislang gut gelungen, sich als Helfer und Retter der Berglandwirtschaft zu inszenieren. Die jungen LandwirtInnen sind nicht mehr uneingeschränkt bereit, diese Sichtweise „Tourismus ist eine Chance“ und die damit verbundene Hierarchie „der Tourismus ist Segen und die Landwirtschaft hat den Nutzen davon“ zu akzeptieren. Ein modernes Verständnis von Berglandwirtschaft sollte langfristig die Richtung umkehren: Tourismus sollte anerkennen, dass er nur besteht, weil er Kulturlandschaften zum eigenen ökonomischen Vorteil nutzen kann. Der Tourismus muss in Zukunft die Kulturlandschaftspflege und die Nutzung der

Kulturlandschaften direkt in den Regionen abgelten. Nur so wird Tourismus für zukünftige Generationen von LandwirtInnen eine interessante wirtschaftliche Option aber eben kein Muss. Die eintretende Diskussion um den Wert von Kulturlandschaften wird zudem die geforderte Aufmerksamkeit und Anerkennung langfristig verankern können.

### THESE 3: BERGLANDWIRTSCHAFT ALS MODELLFALL FÜR UNTERNEHMERTUM UND INNOVATION NUTZEN

Nischen und Spezialisierungen finden sich im alpinen Raum in vielfältiger Form. Diese jungen Nischenanbieter zeigen sich äußerst innovativ und sehen sich selbst als Unternehmer. Sie sind offen für Kooperationen. In ihrem Umfeld finden sich viele junge Leute, die in anderen Sektoren eine gute Ausbildung genossen haben oder sich nach einem Studium in urbanen Räumen Kompetenzen erworben haben. Das Internet und insbesondere soziale Medien befeuern Ideenreichtum und sektorenübergreifendes Denken und Zusammenarbeit. Die relative Kleinheit der landwirtschaftlichen Betriebe im Alpenraum wird von den jungen LandwirtInnen als etwas Besonderes gesehen. Sie schafft Raum für neue, sektorenübergreifende Ansätze. Die alpine Berglandwirtschaft und das Potenzial der jungen Generation sollte zu einem Modellfall für Innovation, Unternehmertum und neue Formen der Kooperation genutzt werden. Entsprechende Förderinstrumente, insbesondere Kapital und Start-Up Beratung für Joint-Ventures, die regional über den landwirtschaftlichen Sektor hinaus gehen, könnten diese Entwicklung in einem digitalen Zeitalter befördern.

### THESE 4: ZUKUNFTSFÄHIGE BERGLANDWIRTSCHAFT BRAUCHT SELBSTÄNDIGE BÄUERINNEN

Auch wenn sich die männlichen Junglandwirte es nicht zugestehen wollen, so ist ihr eigenes Rollenverständnis noch sehr stark an die tradierten Bilder der früheren Generationen geknüpft. Dies spiegelt sich auch in teils nicht mehr zeitgemäßen nach Geschlechtern geteilten Strukturen der Berufsorganisationen wider. Doch auch in der Berglandwirtschaft haben sich die Lebensrealitäten moderner Partnerschaften längst verändert. Die Rolle der jungen Bäuerinnen als Unternehmerinnen und Visionärinnen wird in der Berglandwirtschaft dringend gebraucht. Ganzheitliches und soziales Denken, Nutzen- statt Technikorientierung, nachhaltige Arbeitsprinzipien und Kreativität zeichnen die junge Generation von Bergbäuerinnen aus. Diese Themen werden in Zukunft stetig an Bedeutung gewinnen. Sie werden maßgeblich über den Erfolg und Fortbestand der Betriebe mitentscheiden. Die Rolle der jungen Landwirtinnen zu stärken und verkrustete Strukturen und Formate aufzubrechen ist eine Aufgabe der eigenen Organisationen wie auch der Politik, die vielfach selbst noch das alte Rollenverständnis weitertragen. Die Aufwertung der Rolle als gleichberechtigte Akteurinnen muss über die Höfe hinaus in die Organisationen und Gesellschaft getragen werden.

## THESE 5: QUEREINSTEIGER UND QUERDENKER KÖNNEN DIE BERGLANDWIRTSCHAFT BEFLÜGELN

Wie viele Wirtschaftssektoren bewegt sich die Berglandwirtschaft in einem weitgehend geschlossenen System. Geschlossene Systeme leiden an Innovationsschwäche. Quereinsteiger und Querdenker sind daher in jedem System gewünscht, sogar erforderlich, um neue Ansätze und Ideen zu finden. Quereinsteiger bringen aber nicht nur Ideen, sondern auch andere Kompetenzen und Netzwerke mit. Junge Menschen aus dem akademischen Bereich finden zunehmend zu Berufen zurück, bei denen das Ergebnis der Arbeit täglich greifbar ist und einen Wert darstellt. Sie sehen in der Berglandwirtschaft ein berufliches Tätigkeitsfeld, das diesem Wunsch Rechnung trägt und sie zudem in einen intakten Naturraum trägt. Sie haben eine Vision und damit auch einen anderen Zugang zum Thema Landwirtschaft. Quereinsteigertum braucht Systeme, deren Eintrittsbarrieren niedrig sind. Hier sind die jungen LandwirtInnen aber auch die lokalen Gesellschaften mit ihren Vereinen und Organisationen gefordert, Offenheit gegenüber den „Neuen“ zu zeigen. Es bedarf zudem der Unterstützung beim Aufbau von Betrieben durch Start-Up Förderungen, Begleitung durch regionale Innovationsnetzwerke oder Informationsportale über verfügbare Höfe und Flächen.

## THESE 6: BERGLANDWIRTSCHAFT BRAUCHT LEBENDIGES KULTURERBE

Kulturerbe heftet vielfach ein museales, statisches Image an. Festhalten und Bewahren stehen im Mittelpunkt dieses Denkens. Der Tourismus nutzt diese Stereotype in Form von Inszenierung in Architektur, Service und Unterhaltung. Die junge Generation der LandwirtInnen hat ein grundlegend anderes Verständnis. Nicht die Inszenierung eines Kulturerbes sondern das Leben und Fortentwickeln durch Teilhabe ist ihr Zukunftsmodell. Auch die UNESCO sieht immaterielles Kulturerbe nicht als etwas Statisches an. Vielmehr geht es um örtliche Gemeinschaften, die bestehendes Brauchtum aufgreifen und in ihre Zeit tragen und weitergeben. Landwirtschaftliche Bewirtschaftungsweisen und damit verbundene handwerklich hergestellte Lebensmittel sind Teil des alpinen Kulturerbes. Initiativen zu unterstützen, die Kulturerbe weitertragen und fortentwickeln, finden heute in der Brauchtumpflege wenig Aufmerksamkeit. Berglandwirtschaft und Kulturschaffende können sich im alpinen Raum durch Partnerschaften in besonderer Weise gegenseitig inspirieren und stärken. Dieses zu ändern, kann die Berglandwirtschaft und das Lebensgefühl der jungen Generation in den örtlichen Gemeinschaften positiv befördern.

## THESE 7: LEBENSRAUMQUALITÄT BRAUCHT BERLANDWIRTSCHAFT – BERGLANDWIRTSCHAFT BRAUCHT LEBENSRAUMQUALITÄT

Alpine Siedlungsbereiche sind traditionell in die Kulturlandschaften eingebunden. Je kleiner die Siedlungsbereiche sind, desto unmittelbarer ist das Zusammenspiel der örtlichen Siedlungsstrukturen und der Kulturlandschaften. Die jungen LandwirtInnen sehen sich und ihre Betriebe als Teil eines Lebensraums. Ortschaften müssen gut angebunden und die Versorgung mit den Gütern des täglichen Bedarfs gesichert sein. Zudem muss die öffentliche Daseinsvorsorge vor Ort hochwertig gewährleistet sein. Die Kulturlandschaft als Raum für Produktion und Freizeit verschmilzt mit den örtlichen Funktionen des Lebens und Wohnens. Durch flächendeckende und hochleistungsfähige Netze aller Art wird in Zukunft das Arbeiten in diesen Lebensräumen für erheblich größere Teile der Gesellschaft möglich sein. Für alle Mitglieder von Dorfgemeinschaften, seien sie in der Landwirtschaft tätig oder in anderen Sektoren, wird die Lebensraumqualität zum Schlüsselfaktor der Zukunftsfähigkeit ländlicher Räume.

## THESE 8: BERGLANDWIRTSCHAFT MUSS VOM GLOBALEM WACHSTUMSDRUCK ENTKOPPELT WERDEN

Die Globalisierung wird von jungen LandwirtInnen als eine der zentralen Bedrohungen gesehen, auch wenn vereinzelt ebenso Chancen anerkannt werden. Das mit der Globalisierung einhergehende Wachstumsdiktat ist für die Berglandwirtschaft keine Option. Die topographischen, naturräumlichen und klimatischen Bedingungen benachteiligen die Berglandwirtschaft bei der Produktion von massenhaft produzierten und austauschbaren Grundprodukten. Die Flächenstrukturen und die periphere Lage im Raum erlauben nicht, denselben Wachstumsstrategien zu folgen, wie dies global in der Fläche praktiziert wird. Die jungen LandwirtInnen fordern für ihre Zukunft eine Entkopplung der Berglandwirtschaft vom Wachstumsdiktat. Wachsen und Investieren bedeutet aber ein Mehr an Arbeit und birgt ein hohes Schuldenrisiko ohne sicheren Ausblick auf einen höheren Ertrag. Den Druck auf die Flächen sehen die JunglandwirtInnen als den zentralen Faktor viele Hofaufgaben. Einen ersten wirksamen Schritt sehen sie darin, in Berggebieten dauerhaft Förderinstrumente abzuschaffen, die an die alleine an die Flächengröße gekoppelt sind aber die Leistung für die Ökosysteme nicht mitberücksichtigen. Sie wünschen sich regionalwirtschaftliche Ansätze, die die Leistungen für die Kulturlandschaftspflege deutlich stärker berücksichtigen. Neben den kleinräumigen Absatzmöglichkeiten sehen sie zudem im mittleren Entfernungsbereich und den umliegenden Metropolregionen besondere Absatzchancen.

## THESE 9: DIE KOMBINATION VON REGIONALITÄT UND ÖKOLOGISCHEM LANDBAU SCHAFFT BESONDERE CHANCEN

Die jungen LandwirtInnen sehen die Berglandwirtschaft grundsätzlich als eine Form der verträglichen Wirtschaftsweise an. Bio hin oder her: Berglandwirtschaft bringt in ihren Augen wegen der Produktionsbedingungen im Gebirgsraum besser Produkte hervor. Damit setzen sie selbst den Raumbezug vor die Wirtschaftsweise. Alle BerglandwirtInnen sind sich einig: unsere Produkte mit speziellen an den Raum seit Generationen angepassten Wirtschaftsweisen und Verarbeitungstechniken sind etwas Besonderes. Auch wenn bei strenger Betrachtung dies in vielen Fällen in keiner Weise einer Überprüfung standhält, so ist der Stolz auf das Regionale und die Fähigkeit, dies nach außen mit Geschichten und einer emotional positiv besetzten Landschaft zu belegen, ein Wert als solcher. Ein Teil der Verbraucher erwartet zunehmend, dass regional mit Bio verbunden wird. Dies birgt große Chancen für Produkte aus der Berglandwirtschaft, die sich von Massenproduktion leicht abheben können. Hierfür muss aber auch ein adäquater Ausbildungs- und Rechtsrahmen geschaffen werden, der kleinräumige Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstrukturen erlaubt und wettbewerbsfähig macht. Die Berglandwirtschaft kann eine Vorreiterrolle für eine flächendeckende ökologische Produktion werden.

## THESE 10: DIE JUNGE GENERATION WILL AUSTAUSCH UND ALTE GRENZEN ÜBERWINDEN: EIN GLÜCKSFALL FÜR DIE BERGLANDWIRTSCHAFT

Die junge Generation der BerglandwirtInnen ist wie die gesamte Generation der 20 bis 40-Jährigen Neuem gegenüber aufgeschlossen. Als digital Natives der ersten Generation sind sie in sozialen Netzwerken ebenso aktiv wie ihre AltersgenossInnen. Der Wirtshausstammtisch der Vergangenheit hat auch heute noch seine Rolle, aber er ist zugleich virtuell und global. Die jungen BerglandwirtInnen suchen sich zu betrieblichen wie auch persönlichen Themen ihre Communities und tauschen sich dort aus. Sie wissen Informationen zu filtern und zu nutzen. Damit überwinden sie räumlich wie auch inhaltlich Grenzen. Die Aussagen amtlicher Stellen, Empfehlungen von Betriebsberatern oder Vertreibern von Produkten für landwirtschaftliche Betriebe werden vielfach hinterfragt, verglichen und abgewogen. Der Austausch mit KollegInnen, Spezialisten aus Praxis und Wissenschaft oder Innovatoren ist für sie normal. Zugleich wünschen sich die jungen BerglandwirtInnen den persönlichen Austausch und Dialog. Entsprechende Plattformen mit modernen Formaten zu organisieren, kann zusätzliche Potenziale erschließen und freisetzen.