

## **Gesehen, geschätzt, aber oft nicht verstanden:**

### **Landwirtschaft im Realitätstest**

**Neue Studie belegt: 45 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher interessieren sich für Landwirtschaft – doch Bäuerinnen und Bauern unterschätzen dieses Interesse massiv**

Die heute präsentierte KeyQUEST-Studie im Auftrag der Nachhaltigen Tierhaltung Österreich (NTÖ) liefert ein klares und zugleich überraschendes Ergebnis: 89 Prozent der Bevölkerung haben ein positives Bild von Österreichs Bäuerinnen und Bauern und 45 Prozent interessieren sich aktiv für landwirtschaftliche Themen. Gleichzeitig glauben Landwirtinnen und Landwirte, dass sich nur rund 11 Prozent der Bevölkerung für ihre Arbeit interessieren. Diese Fehleinschätzung ist enorm und sie offenbart eine der größten ungenutzten Chancen der heimischen Landwirtschaft.

Die Studie macht deutlich: Nicht die Wertschätzung ist das Problem, sondern der fehlende Einblick in die tägliche Realität der Höfe. Vor allem bei Lebensmittelqualität, Herkunft und Tierwohl ist das gesellschaftliche Interesse groß und der Wunsch nach mehr Transparenz und direkter Kommunikation klar erkennbar.

### **Landwirtschaft ist relevanter als angenommen**

Die Ergebnisse zeichnen ein differenziertes Bild: Die Bevölkerung misst der Landwirtschaft hohe gesellschaftliche Bedeutung bei. Der direkte Bezug zum bäuerlichen Alltag ist jedoch, besonders bei jüngeren Menschen zwischen 16 und 30 Jahren, spürbar schwächer geworden. Genau dort liegt Handlungsbedarf.

Besonders aufschlussreich: Persönliche Kommunikation bleibt die wichtigste Informationsquelle, während soziale Medien gerade bei jungen Zielgruppen stark an Bedeutung gewinnen. Wer künftig verstanden werden will, muss dort präsent sein, wo Meinungen entstehen und Bilder von Landwirtschaft geprägt werden.

„Die Landwirtschaft hat in Österreich eine starke gesellschaftliche Basis – das Vertrauen ist da, das Interesse ist da“, sagt **Johannes Mayr**, Geschäftsführer von KeyQUEST Marktforschung. „Aber der direkte Bezug zur Landwirtschaft ist schwächer geworden. Gerade deshalb ist es entscheidend, die Menschen bei jenen Themen abzuholen, die sie wirklich bewegen: Herkunft, Qualität und Tierwohl.“

Auch beim Thema Tierwohl zeigt die Studie ein vielschichtiges Bild: Das Interesse ist hoch, gleichzeitig spielt der Preis für viele Konsumentinnen und Konsumenten eine entscheidende Rolle. „Es braucht Kommunikation, die nicht belehrt, sondern erklärt und echte Orientierung gibt“, so **Mayr**.

### **Vertrauen entsteht durch Offenheit – nicht durch Werbung**

Für NTÖ-Obmann und Geflügelbauer **Markus Lukas** bestätigt die Studie, was viele in der Branche unterschätzen: Die Bevölkerung steht der heimischen Landwirtschaft weit positiver gegenüber, als Bäuerinnen und Bauern selbst glauben. Darin sieht er einen klaren Auftrag.

„Wir müssen raus aus der Verteidigungshaltung und rein in die Erklärung: Wie arbeiten wir? Warum arbeiten wir so? Was bedeutet Tierwohl, Qualität und Verantwortung konkret auf unseren Betrieben?“, sagt **Lukas**. „Die Menschen wollen keine Werbesprache. Sie wollen sehen, wie Landwirtschaft tatsächlich funktioniert – echte Gesichter, echte Ställe, echte Arbeit. Das schafft Glaubwürdigkeit.“

Genau diesen Ansatz verfolgt die NTÖ mit ihrer Social-Media-Initiative StadtLandTier: authentische Einblicke aus dem bäuerlichen Alltag, direkt und ungefiltert. „Social Media ist für uns kein Nebenschauplatz, sondern ein Kanal mit enormem Zukunftspotenzial besonders, um junge Menschen zu erreichen, die Landwirtschaft heute oft nur noch aus der Distanz kennen“, betont **Lukas**.

### **Offene Stalltüren schaffen mehr Verständnis als jede Kampagne**

Schweinebäuerin **Petra Wimmer** zeigt, wie direkter Zugang in der Praxis funktioniert: Sie öffnet ihren Hof regelmäßig für Schulklassen und Besuchergruppen und erlebt täglich, wie schnell aus Unwissenheit echtes Interesse wird.

„Die Unwissenheit über Landwirtschaft ist oft groß aber nicht, weil es den Menschen egal wäre. Es fehlt schlicht der Zugang“, sagt **Wimmer**. „Wenn Kinder selbst erleben, wie Landwirtschaft funktioniert, bleibt das hängen. Daraus entsteht Verständnis und erst aus Verständnis echte Wertschätzung.“

Für **Wimmer** ist das nicht nur ein persönliches Anliegen, sondern ein Auftrag an die gesamte Branche: „Ich möchte andere Bäuerinnen und Bauern ermutigen, ihre Türen zu öffnen und über ihre Arbeit zu sprechen. Jede und jeder könne im eigenen Wirkungsbereich dazu beitragen, Wissen zu vermitteln. Nur wer Landwirtschaft versteht, kann sie auch wertschätzen und nur wenn wir gemeinsam auftreten, können wir das Bild der Landwirtschaft nachhaltig mitgestalten.“

---

### **Über die Studie**

Die Studie „Bild der Landwirtschaft in der Gesellschaft“ wurde von KeyQUEST Marktforschung im Auftrag der Nachhaltigen Tierhaltung Österreich (NTÖ) durchgeführt. Befragt wurden n=1.297 Personen aus der Allgemeinbevölkerung und n=3.520 Landwirtinnen und Landwirte (November 2025).

### **Über die NTÖ**

Die Rinderzucht Austria, die Schweinehaltung Österreich, der Österreichischer Bundesverband für Schafe und Ziegen (ÖBSZ), die Geflügelwirtschaft Österreich sowie die Arbeitsgemeinschaft Rind (ARGE Rind) und Pferd Austria haben 2016 den gemeinsamen Dachverein „Nachhaltige Tierhaltung Österreich“ gegründet. Damit sollen gemeinsam die Interessen der Tierhalter:innen aller Sparten vertreten und agrarpolitische Themen koordiniert behandelt werden.

[www.nutztier.at](http://www.nutztier.at)

---

### **Rückfragehinweis**

Ing. Johanna Prodingler, MEd., MA, MBA  
NTÖ - Nachhaltige Tierhaltung Österreich  
Dresdner Straße 89/18, 1200 Wien  
Tel.: +43 664 8312437  
E-Mail: [prodinger@nutztier.at](mailto:prodinger@nutztier.at)