

## Hofbesuche erhöhen bei Jugendlichen in einer kleinen Stichprobe das Wissen über Landwirtschaft führen aber nicht zu positiveren Einstellungen

Jonas Thiel, Lutz Langert und Marcus Mergenthaler

### Einleitung

Die Zahl der Menschen, die in Kontakt mit Landwirten stehen, sinkt: So nimmt seit Jahrzehnten die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe ab (BMEL 2015) und insgesamt stehen nur noch 11 % der Arbeitsplätze in Verbindung mit dem Agribusiness (DBV 2015). Daraus ergibt sich eine kritischere öffentliche Wahrnehmung der Landwirtschaft als „effizienter Massenversorger“, der auf Kosten von Umwelt und Tierwohl erzeugt (TNS EMNID 2012). Im medialen Diskurs werden diese Zusammenhänge emotionalisiert dargestellt (KAYSER et al. 2011).

Die landwirtschaftliche Branche ist deshalb bemüht, durch Öffentlichkeitsarbeit das Wissen über landwirtschaftliche Themen in der Bevölkerung zu verbessern und damit einen Beitrag zu einem positiveren Image der Landwirtschaft zu leisten. Das wirft die Frage nach dem Erfolg dieser Maßnahmen auf (vgl. DUNCAN et al., 2004; FRICK et al., 1995). Deshalb wurde in der vorliegenden Arbeit der Einfluss von Hofbesuchen auf Wissen und Einstellungen bei Jugendlichen untersucht.

### Daten & Methoden

Für die Untersuchung wurden drei Hofbesuche im Rahmen des Konfirmandenunterrichts (Kirchenkreis Unna) mit zwölf Jugendlichen im Alter von zwölf Jahren innerhalb von drei Wochen durchgeführt. Es wurden ein Ackerbau-, ein Milchvieh- und ein Schweinemastbetrieb besucht. Um zu prüfen, wie sich Wissen über und Einstellungen zur Landwirtschaft bei den Teilnehmern bedingt durch Hofbesuche ändern, wurden paper-pencil basierte Befragungen durchgeführt (vgl. Tab 1).

Tabelle 1: Erhebungsrunden bezogen auf Hofbesuche

Zeitpunkt		Versuch	Kontrolle
Davor		X	X
Danach	Direkt	X	
	Ein Monat	X	
	Halbes Jahr	X	X

Versuchsgruppe (n=12) waren die Jugendlichen aus der Konfirmandengruppe, die sich freiwillig für die Hofbesuche meldeten. Die Kontrollgruppe (n=29) nahm nicht an den Hofbesuchen teil.

Der Fragebogen untergliederte sich in drei Teile: 1) demographische Daten, 2) Einstellungsfragen, 3)

Wissensfragen. Es wurden geschlossene und offene Fragen gestellt. Die Wissensfragen wurden zu einem Wissensindex zusammengefasst, bei dem der Wert eins erreicht wird, wenn alle Fragen richtig beantwortet werden. Die Einstellungsfragen wurden zu einem Imageindex zusammengefasst, der bei durchweg geäußerten positiven Einstellungen gegenüber der Landwirtschaft ebenfalls den Maximalwert eins erreichen kann.

### Ergebnisse

#### Vergleich Versuchsgruppe – Kontrollgruppe

In der Versuchsgruppe besuchen die meisten Jugendlichen das Gymnasium (42%), in der Kontrollgruppe dominiert die Gesamtschule (52%). 92 % der Versuchsgruppe gibt eine Affinität zur Landwirtschaft an d. h. der Jugendliche wohnt selbst auf einem landwirtschaftlichen Betrieb oder Verwandte, Freunde oder Bekannte (der Eltern) wohnen auf einem Hof. Die Affinität der Kontrollgruppe beträgt dagegen nur 30 %.

Trotz unterschiedlicher Affinitäten zur Landwirtschaft haben Versuchs- und Kontrollgruppe ein ähnliches Vorwissen über Landwirtschaft und konnten jeweils ca. 40% der Wissensfragen richtig beantworten (vgl. Abb. 1).

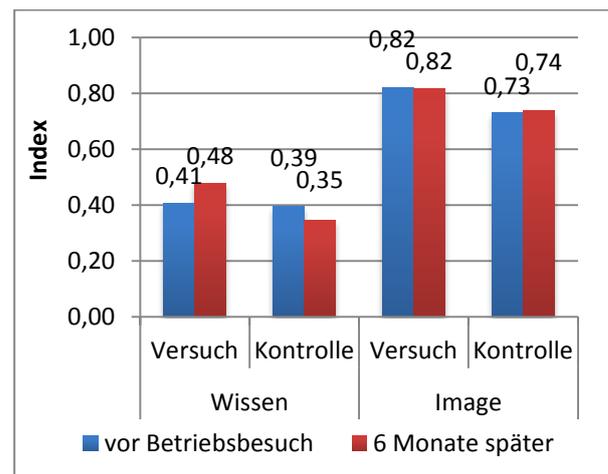


Abbildung 1: Wissen und Image bei Jugendlichen vor und sechs Monate nach Betriebsbesuchen unterschieden in Versuchs- und Kontrollgruppe

Sechs Monate nach den Hofbesuchen ist der Wissensstand in der Versuchsgruppe deutlich höher als in der Kontrollgruppe.

Das Image der Landwirtschaft wird vor den Besuchen in der Versuchsgruppe positiver gesehen als in der Kontrollgruppe. Diese Unterschiede bestehen auch sechs Monate nach den Betriebsbesuchen. In beiden Gruppen ist das Image nach sechs Monaten auf einem sehr ähnlichen Niveau wie vor den Betriebsbesuchen.

#### Änderungen in der Versuchsgruppe im Zeitverlauf

Im genaueren Zeitverlauf kann bei der Versuchsgruppe beobachtet werden, dass der Wissensstand direkt nach den Betriebsbesichtigungen am höchsten ist und danach abfällt (vgl. Abb. 2). Ein halbes Jahr nach den Besuchen ist das Wissen insgesamt aber noch höher als vorher. Auch das Image erreicht direkt nach den Hofbesuchen etwas höhere Werte, fällt dann aber im Laufe der sechs Monate auf seinen Ausgangswert zurück.

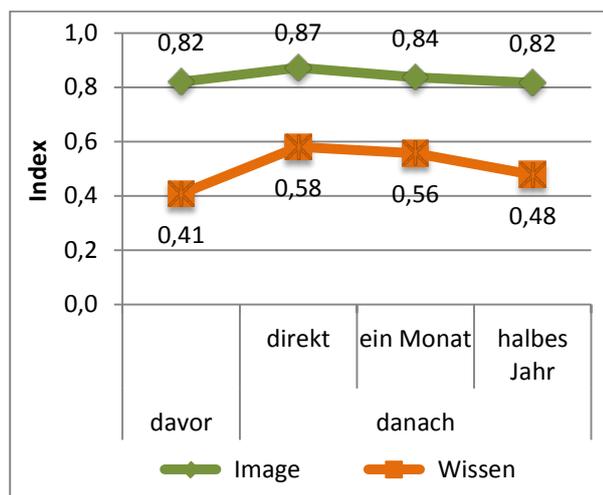


Abbildung 2: Zeitlicher Verlauf von Wissen und Image bei Jugendlichen in der Versuchsgruppe

#### Diskussion

Auf Unterschiede bzgl. Wissen und Einstellungen zwischen Schülern aus ländlichen Gebieten und städtischen Gebieten weisen FRICK et al. (1995) hin. So haben landwirtschaftsaffine ein höheres Wissen und eine positivere Einstellung zu landwirtschaftlichen Themen. Dies deckt sich mit den hier gewonnenen Erkenntnissen zu den Einstellungen, nicht jedoch bezüglich der Wissensunterschiede.

Die Jugendlichen in der Versuchsgruppe meldeten sich freiwillig für die Betriebsbesuche und weisen auch eine höhere Affinität zur Landwirtschaft auf als

die Kontrollgruppe. Hieraus leitet sich die Frage ab, in wie weit verpflichtende Hofbesuche (z.B. im schulischen Rahmen) Erfolg bei der Wissensvermittlung haben können. Andere Ergebnisse zeigen, dass der verpflichtende Besuch von landwirtschaftlichem Unterricht Wissen und Einstellung zumindest kurzfristig positiv beeinflusst (vgl. DUNCAN et al. 2004).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Wissen und Einstellungen von Jugendlichen durch Hofbesuche zumindest kurzfristig erhöht werden können. Auf einen mittelfristigen Zeithorizont bezogen, lassen sich gewisse positive Effekte auf das Wissensniveau ausmachen, nicht jedoch zur Verbesserung des Images der Landwirtschaft. Der aus der Branche postulierte Bedarf zur Wissensvermittlung als Voraussetzung für eine Imageverbesserung der Landwirtschaft kann mit den vorliegenden Ergebnissen also nicht gestützt werden.

Bedingt durch den geringen Stichprobenumfang und die Selbstaussage in Versuchs- und Kontrollgruppe lassen sich die Ergebnisse dieser Untersuchung nicht verallgemeinern und sollten in größeren Versuchsanordnungen und mit echter Zufallsauswahl in Versuchs- und Kontrollgruppe wiederholt werden.

#### Quellen

- BMEL (BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT) (2015): Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten der Bundesrepublik Deutschland 2015, Landwirtschaftsverlag GmbH, Münster.
- DBV (DEUTSCHER BAUERNVERBAND E.V.) (2015): Situationsbericht 2015/16. Trends und Fakten zur Landwirtschaft, Berlin.
- DUNCAN, D. W., BROYLES, T. W., & TECH, V. (2004). An evaluation of student knowledge and perceptions toward agriculture before and after attending a governor's school for agriculture. *Journal of Southern Agricultural Education Research*, 54(1), 280-292.
- FRICK, M. J., BIRKENHOLZ, R. J., GARDNER, H., & MACHTMES, K. (1995). Rural and urban inner-city high school student knowledge and perception of agriculture. *Journal of Agricultural Education*, 36, 1-9.
- KAYER, M., BÖHM, J., SPILLER, A. (2011): Zwischen Markt und Moral – wie wird die Deutsche Land- und Ernährungswirtschaft in der Gesellschaft wahrgenommen? 51. Jahrestagung der GEWISOLA „Unternehmerische Landwirtschaft zwischen marktanforderungen und gesellschaftlichen Erwartungen“ 28.-30.09.2011, Halle.
- TNS Emnid (2012): Das Image der deutschen Landwirtschaft. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung in Deutschland.