Thesenpapier der Plattform Agrarbildung



Impressum

Medieninhaber und Herausgeber: Plattform Agrarbildung Stubenring 1, 1010 Wien

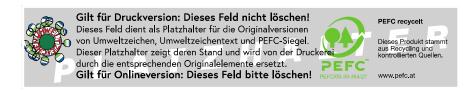
Autorinnen und Autoren: Josef Freystetter, Josefa Reiter-Stelzl

Redaktion und Layout: Thomas Ochsenhofer

Fotonachweis: Anton Brookes (S. 9), BMNT/Alexander Haiden (S. 1, 6, 7, 12, 13),

BMNT/Martina Siebenhandl (S. 11), HBLFA Francisco Josephinum/Raimund Stadlmann (S. 5),

NP Hohe Tauern (S. 15), NP Tayatal (S. 14), Thomas Loibnegger (S.8)



Vorwort

Die Plattform Agrarbildung setzt sich aus österreichischen Expertinnen und Experten in der agrarischen Bildungslandschaft zusammen. Es sind dies Personen der formalen bzw. non-formalen Agrarbildung, Entscheidungsträger aus den Ländern, dem Bund sowie den Ministerien.

Die Plattform Agrarbildung hat sich zum Ziel gesetzt, ein Positionspapier zur Weiterentwicklung der agrarischen Bildung zu entwickeln. Es sollten dabei vor allem gesellschaftliche Entwicklungen und Umbrüche berücksichtigt werden.

Um die Sicht auf die Agrarbildung auch von außen betrachten zu können, wurden im Rahmen von Kamingesprächen Expertinnen und Experten aus der Wissenschaft, dem Bildungswesen sowie Agrar- und Ernährungsexperten eingeladen. Die daraus entstandenen Gespräche und Diskussionen haben wesentlich zur Entstehung dieses Positionspapiers beigetragen.

In der vorliegenden Broschüre sind die Ergebnisse der Plattform zur Weiterentwicklung der Agrarbildung zusammengefasst. Dieses Positionspapier dient als Argumentationskatalog gegenüber Partnern und Stakeholdern in der Agrar- sowie Bildungslandschaft.

Eine umfassende Version des Thesenpapiers finden Sie unter: https://www.agrarschulen.at/die-agrarschulen/.

Plattform Agrarbildung, Oktober 2019

Mitwirkende Personen

Bauer Herbert, Dipl.-Ing. (LKÖ)

Dobner Karl, BSc MSc (BMNT)

Faistauer Christoph MA, LSI Dipl.-HLFL-Ing. (LR Salzburg)

Fehr Franz Michael, Dipl.-Inq. MSc (Universität für Bodenkultur)

Frei Dieter, Dipl.-Ing. (LWK Steiermark)

Freystetter Josef, Mag. (Paradoxiemanagement)

Glatzl Michaela, Dipl.-Ing. (LK Österreich)

Gutkas Rebecca, BSc (LK OÖ)

Haase Thomas, Dr. Dipl.-Päd. Ing. Mag. Rektor (Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik)

Hainfellner Elisabeth, Dipl.-Ing. Vizerektorin (Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik)

Hartl Michaela, Dir. Dipl.-Ing. (HBLA Elmberg)

Herzog Florian, Dipl.- Ing. MSc BEd (LK Österreich)

Hirt Martin, Dipl.-Inq. (LFI Österreich)

Höllrigl Rainer, Dipl.-Päd. Ing. (LK Salzburg)

Innerwinkler Maria, LSI Ing. (LR Kärnten)

Keiler Bernhard, Dipl.- Ing. (LK Österreich)

Kirner Leopold, Priv.-Doz. Dipl.-Ing. Dr. (Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik)

Koren Peter, Ing. Mag. (Industriellenvereinigung)

Mikusch Marianne, Bundesleiterin Stellvertreterin (Landjugend Österreich)

Ochsenhofer Thomas, Dipl-Ing. BEd (BMNT)

Orth Gerhard, Mag. (BMBWF)

Pfabigan Gerald, Ing. (LK Österreich)

Piller Lisa, Dipl.- Ing. (ARGE Meister)

Poczynek Jan, (Systemischer Organisationsberater, Vortragender)

Quendler Erika, Dr. Dipl.-Ing. (Bundesanstalt für Agrarwirtschaft)

Reiter-Stelzl Josefa, Dr. Dipl.- Ing. Mag. (BMNT)

Resch Josef, Dr. Dipl.-Ing. (Sitzenberg-Reidling)

Rosenberger Alois, Dir. HR Dipl.-Ing. Prof. (HBLFA Wieselburg)

Rothschedl Sieglinde, SI Dipl.-Päd. Ing. (LR Steiermark)

Rützler Hanni, Mag. (Foodtrend-Forscherin, Vortragende)

Salcher Andreas, Dr. (Unternehmensberater und Buchautor, Vortragender)

Schopfhauser Hannelore, Dipl.-Ing. (Universität für Bodenkultur)

Schwaiger Michaela, Dipl.-Ing. (BMNT)

Schwarzmann Andrea, ÖkR Bundesbäuerin (LKÖ)

Sinabell Franz, Priv.-Doz. Dipl.-Inq. Dr. (Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung, Vortragender)

Veis Ingrid, Mag. (BMBWF)

Wurm Karl, Dipl.-Ing. (BMNT)

These 1: Gesellschaftliche Umbrüche

Wir erleben gesellschaftliche, politische und kulturelle Umbrüche, geprägt von der Suche nach Stabilität.

Wir sind mit einem Paradigmenwechsel konfrontiert. Mit den digitalisierten Medien kann heute fast jede und jeder global in Echtzeit mit anderen kommunizieren. Die Digitalisierung ist ein globales Phänomen das tiefgreifende ethische, gesellschaftliche und politische Veränderungen hervorruft.

Optionen für die Agrarbildung

- Anpassungskompetenz f\u00f6rdern: digitales Grundwissen bei LandwirtInnen aufbauen
- Möglichkeiten erkennen und dazu ermutigen mitzugestalten
- Gefahren erkennen: Cyber-Mobbing, politische Manipulationen
- Ethik und Persönlichkeitsbildung vermitteln
- Regelungsmechanismen aktiv mitbestimmen (Daten, Monopolisierung von Daten)
- Neue Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen, z.B. in der Direktvermarktung



Organisation treibt diese Entwicklung voran, die Bremser sind nicht organisiert oder ohnmächtig. Die Kommunikation zwischen den Treibern und den Bremsern funktioniert nicht. Verantwortliche müssen Bremser ins Boot holen und Aufklärung bzw. Wissen zukommen lassen. Diskussionen im Ethikunterricht in der Schule sind ein mögliches Instrument.

Das Wissen über Digitalisierung muss gleich stark forciert werden, damit der Mensch nicht die Steuerung der Digitalisierung verliert. Gegenargumente von NGOs (non governmental organisations) und Datenschutzkritiker sind ernst zu nehmen.

These 2: Technologie, Markt und Klimakrise

Technologie, Klimakrise und Marktsignale bestimmen die agrarische Produktionsweise.

Die Landwirtschaft hat die Ernährungs- und Kommunikationskompetenz in der Vergangenheit an andere Marktteilnehmer (Handel, KonsumentInnen) abgegeben. Zusätzlich stellt die Klimakrise eine enorme Herausforderung in der Lebensmittelproduktion dar.

Optionen für die Agrarbildung

- KonsumentIn und Landwirtschaft zusammenbringen
- Reflexionsfähigkeit ausbauen LandwirtIn muss wissen, was KonsumentInnen wollen
- LandwirtIn muss UnternehmerIn sein, wirtschaftlich und ökologisch denken können
- Erhöhtes Interesse der Gesellschaft an Landwirtschaft und Ernährung nutzen



Der Trend sollte es sein, auf die Qualitätsschiene zu setzen und nicht den Weltmarkt bedienen zu wollen. Regionale Märkte und Kreisläufe sind aktiv aufzubauen, vor allem Verkaufsgemeinschaften an Großküchen, Gaststätten, Großhandel. Kooperationen unter LandwirtInnen und KleinproduzentInnen sollen gefördert werden.

Marktwissen und Innovationskompetenzen ist ebenfalls wichtig. Die hochspezialisierte Landwirtschaft muss sich auch in der Agrarbildung abbilden. Die Agrarbildung muss auch für biologische Produktion ausbilden. Die gesamte Wertschöpfungskette ("Vom Acker bis zum Teller") muss bewusst machen werden, um Zusammenhänge zu erkennen.

These 3: Absatzwege und Kommunikation

Die Rolle der Akteure entlang der Lebensmittelkette wird neu verhandelt.

Die VerbraucherInnen entscheiden und werden mächtiger. KonsumentInnen wollen mit LandwirtInnen direkt in Kontakt treten, Vertrauen und Kommunikation mit den ProduzentInnen spielen eine entscheidende Rolle. Die Vermarktung regionaler Produkte wird weiter an Bedeutung gewinnen.

Optionen für die Agrarbildung

- Wissen über Lebensmittel, Sensorik, Gesundheitswert der eigenen Produkte und deren Vermittlung wird wichtiger
- Direkter Kontakt mit KonsumentInnen erfordert hohe Kommunikationsfähigkeit
- Innovation in der Vermarktung: Livepräsentation, Schauküchen, neue Ab-Hof-Läden u.ä.
- Selbstbild der LandwirtInnen positiv besetzen und vermitteln



Qualitativ hochwertige Lebensmittel müssen mit einem leicht nachvollziehbaren Siegel ausgewiesen werden, ebenso Aspekte der Nachhaltigkeit, Regionalität und Ethik. Somit wird die Kaufentscheidung eher zu Gunsten einer nachhaltigen Produktion ausfallen. Die Bequemlichkeit und das Angebot an Billigware im Supermarkt kann als Gegenströmung zu dieser These gesehen werden.

Die Landwirtschaft braucht ein höheres Bewusstsein für gesellschaftliche Entwicklungen. Die Bereitschaft zur Kommunikation mit KonsumentInnen ist für diese Erkenntnis entscheidend. Dann können die Bedürfnisse der KonsumentInnen auch direkt die Produktentwicklung der Betriebe miteinfließen.

These 4: Künstliche Intelligenz

Der Mensch muss sich im Wettstreit mit der künstlichen Existenz bewähren. Wir brauchen mehr (neues) Verständnis für unser Mensch-Sein.

Die Künstliche Intelligenz (KI) ist uns in allen kognitiven Belangen überlegen. Wir müssen herausfinden, worin die Souveränität des Menschen gegenüber der Künstlichen Intelligenz liegt und die menschlichen Fähigkeiten nützen, um die künstliche Intelligenz effizient einzusetzen.

Optionen für die Agrarbildung

- Der Mensch soll über Maschinen bestimmen Technik dient den Menschen, nicht umgekehrt
- Die Entwicklung nicht den Programmierern überlassen sich aktiv einmischen
- Informatikkompetenz: Algorithmen verstehen und Manipulationen durchschauen lernen



Die Unterschiede KI – Mensch müssen reflektiert werden: Was kann der Rechner besser und was kann er nicht? Worin ist der Mensch unverzichtbar? Es ergeben sich auch in Zukunft Bereiche, wo der Mensch einer Maschine überlegen sein wird, wie zum Beispiel Gefühle, Werte, Einfühlungsvermögen, Interpretation von digital-generierter Diagnosen, kritisches Denken, Eigenmeinung.

Die Handlungsmöglichkeiten des Menschen liegen in Zukunft verstärkt in jenen Tätigkeiten wo soziales Verhalten, Kreativität, Innovation, Entscheidungswille und Persönlichkeit gefragt sind, weniger in Routinearbeiten.

These 5: Interessensgruppen und Netzwerke

Neben den Interessensvertretungen werden andere Interessensgruppen und Netzwerke die Gesellschaft und die Politik verstärkt beeinflussen.

Am "Markt der Meinungen" gibt es keine absoluten Wahrheiten, damit ist auch die Wissenschaft konfrontiert. Zu den Meinungsbildnern gehören auch Großkonzerne, NGOs, Einkaufsgemeinschaften. Die Landwirtschaft muss ihre eigene Position stärken und ihre Sicht auf die Dinge darlegen.

Optionen für die Agrarbildung

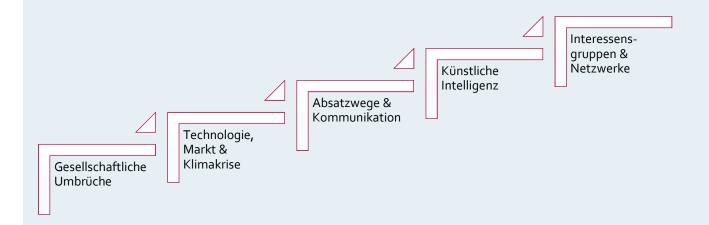
- Die für die Landwirtschaft relevanten Interessensgruppen ausfindig machen und nutzen
- Selbst Interessensgruppen aufbauen z.B. Einkaufsgemeinschaften
- Gefährdung durch interne Meinungsverschiedenheiten in der Landwirtschaft vermeiden
- Für Alltägliches in der Landwirtschaft eine adäquate und interessante Sprache finden
- Den Umgang mit Wissen neu lernen auch bei widersprüchlichen wissenschaftlichen Aussagen



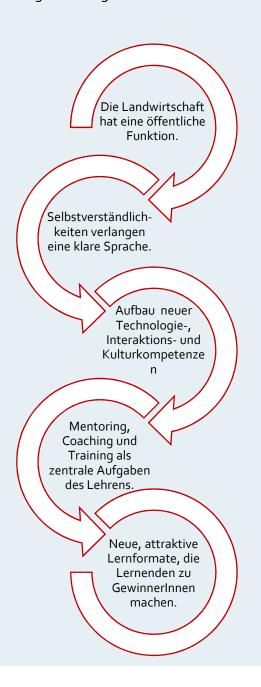
Der Anspruch der (Grundlagen-)Wissenschaft als Prozess der Wahrheitsfindung darf nicht verwässert werden. In der Bewertung von Erkenntnisprozessen muss darauf geachtet werden, dass allein mit der Themensetzung Menschen beeinflusst werden können.

Es erfordert funktionierende Netzwerke, um Wissen aufzubauen wie und mit wem Landwirtschaft noch besser dargestellt und vertreten werden kann. Solche Netzwerke können eine Chance sein, auch agrarferne Bevölkerungsgruppen miteinzubeziehen. So kann nicht nur die Aufmerksamkeit auf die Landwirtschaft gerichtet werden, sondern auch bei widersprüchlichen Themen bestmögliche Kommunikation gewährleistet werden.

Fünf Thesen zur Innovation



Aus den fünf Thesen lassen sich nun folgende Möglichkeiten von Innovationen ableiten.



Innovation 1: Die Landwirtschaft hat eine öffentliche Funktion



Optionen für die Agrarbildung

- Auf städtische Bevölkerung fokussieren
- Perspektive der KonsumentInnen einnehmen
- Weiterentwicklung der Demokratie im Lernen, Denken und Entscheiden
- Weniger Fremdzuschreibungen von der Gesellschaft zulassen, sondern Landwirtschaft selbst definieren

Die Öffentlichkeit stellt hohe Anforderungen an die Landwirtschaft. Landwirtinnen und Landwirte verändern ihr Produktionsverhalten und ihre Produktionsweise auch durch den Einfluss von außen.

Hierin liegt der wesentliche Konflikt zwischen der Landwirtschaft und der Gesellschaft: Was bleibt den LandwirtInnen noch an Bestimmungsmacht über? Es geht darum, auch die emotionale Ebene in der landwirtschaftlichen Kommunikation anzusprechen.

Innovation 2: Selbstverständlichkeiten verlangen eine klare Sprache



Optionen für die Agrarbildung

- Authentizität ist für Lebensmittel sehr wichtig Essen bildet Identität.
- Sensorik üben und Details der Produktionsbedingungen beschreiben lernen

Beim Wein werden die besonderen Merkmale sehr ausführlich beschrieben, bei anderen Lebensmitteln noch nicht. Werden die unterschiedlichen Qualitäten von Lebensmitteln nicht kommuniziert, bleibt den Kundlnnen möglicherweise nur der Preisunterschied als Entscheidungskriterium übrig.

Neue Produkte und Dienstleitungen der Landwirtschaft brauchen neue Namen und Geschichten, damit sie als neu wahrgenommen werden können. Ziel ist es, Landwirtschaft erlebbar zu machen, nicht nur zu beschreiben – durch Produktbeschreibungen sollen Bilder und Emotionen geweckt werden.

Die LandwirtInnen haben diese Neubeschreibung der Landwirtschaft prinzipiell selbst in der Hand. ProduzentInnen müssen über ihr Produkt und ihre Produktionsweise jedoch sehr gut Bescheid wissen, um diese verständlich beschreiben können. Daher sollen für bestes Storytelling auch ExpertInnen mitarbeiten.

Innovation 3: Aufbau Technologie-, Innovations- und Kulturkompetenzen



Optionen für die Agrarbildung

- Unterrichtsgegenstand zu Digitalisierung einführen
- Technologie- und Medienkompetenz bei Lernenden aufbauen
- Anleitungen und Tipps geben wie sich Innovations- und Kulturkompetenzen aneignen lassen

Ein Verstehen der neuen Technologien und Künstlicher Intelligenz nimmt die Angst davor. Dazu braucht es technologische Metakompetenz. Es gilt herauszufinden, was neu am Neuen ist.

Kulturkompetenz – also das gegenseitige Verständnis von Stadt und Land – nicht nur innerhalb der Landwirtschaft, sondern auch in der Stadt soll vergrößert werden.

Die Beratung sollte InitiatorInnen von Innovation gut beraten und bei deren Umsetzung begleiten.

Innovation 4: Mentoring, Coaching und Training



Optionen für die Agrarbildung

- Eigenverantwortung der SchülerInnen für das Lernen ernst nehmen
- Den Lernenden weniger defizitorientierte Rückmeldungen geben
- Emotionen im Unterricht wecken
- Starke Schülerpersönlichkeiten und hohes Fachwissen von SchülerInnen zulassen

Je gezielter Talente gefördert werden, desto besser wird das Ergebnis. Die Lehrenden lernen von Lernenden, wie Eltern von den Kindern. Weniger Hierarchie fördert die Initiative der Einzelnen. Rahmenvorgaben und Projekte geben die notwendige Unterstützung. Reine Wissensvermittler sind ersetzbar, Lernbegleiter nicht.

Klassische Wissensvermittlung braucht keine Lehrkräfte mehr – das können Medien besser. Die Lehrenden sollen in der Vermittlung von Inhalten auf teilnehmerzentrierte Lernbegleitung umstellen.

Innovation 5: Neue und attraktive Lernformate



Optionen für die Agrarbildung

- Neugierig auf Neues machen aber auch Grundkompetenzen aufbauen
- Fachübergreifende Projekte und vernetztes Arbeiten fördern
- Lernnetzwerke bilden

Experimente helfen, die Muster von Erfolg oder Misserfolg zu erkennen, auch wenn keine konkreten Ergebnisse möglich sind.

Lernsozialisation bedeutet, Denken lernen und entscheidungsfähig bleiben. Entscheidungen sind dann gut, wenn sie in Netzwerken zustande kommen. Für die Lösung großer, globaler Probleme ist das Denken in großen vernetzten Zusammenhängen und Kreisläufen wichtig.